

# EMANCIPACIÓN DEL VALOR DE CAMBIO RESPECTO AL VALOR DE USO. REFLEXIONES PARA UNA TEORÍA DE LA MERCANCÍA EN LA OBRA DE LOS PASAJES.

*The Emancipation of the Exchange Value from the Use Value:  
Reflections for a Theory of the Commodity in 'The Arcades Project'*

OTTMAR JOHN\*  
[john@t-online.de](mailto:john@t-online.de)

Fecha de recepción: 8 de noviembre de 2010

Fecha de aceptación definitiva: 23 de noviembre de 2010

## RESUMEN

El concepto de mercancía es el esquema central de interpretación de la *Obra de los Pasajes* de Walter Benjamin. Este artículo pretende analizar y desarrollar dicho esquema en tres pasos: en primer lugar, con ayuda de la diferenciación habitual en teoría económica entre valor de uso y valor de cambio, se explica el concepto de mercancía y su importancia, en cuanto categoría de las ciencias sociales, para la descripción de los nuevos fenómenos en los mundos de vida urbanos modernos; en segundo lugar, se saca a la luz la estructura temporal del concepto de mercancía y se ofrece una interpretación del mismo con ayuda, sobre todo, de la teoría de la conciencia interna del tiempo de Husserl; finalmente, a través del concepto de libertad de mercado, se interpreta la mercancía como una categoría de la razón práctica y se la somete a una crítica fundamental con apoyo en el análisis kantiano de la libertad.

*Palabras clave:* W. Benjamin; mercancía; valor de uso; valor de cambio; capitalismo, mercado; vida urbana; tiempo; libertad; religión.

## ABSTRACT

The concept of commodity is the central scheme of interpretation in Walter Benjamin's *Arcades Project*. This paper aims to develop and analyze this scheme in three steps: first, the concept of commodity will be explained by employing the differentiation between exchange value and use value, which is common in economic theories. In this context, it will also be pointed out that this scheme is valuable as a category for social sciences, and how it serves for describing new phenomena of modern forms of urban life. Secondly, the time-structure of the concept of commodity will be explored and interpreted in connection with Husserl's theory of the consciousness of internal time. In the end, the interpretation of commodity will be related to the concept of freedom of market and then critically undermined from the vantage point of Kant's notion of freedom.

*Key Words:* W. Benjamin; commodity; use value; exchange value; capitalism; market, urban life; time; freedom; religion.

---

\*Director de la Comisión de Pastoral. Secretariado de la Conferencia Episcopal Alemana

## 0. INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

La Teoría Crítica tiene su origen en la problematización de la autoconciencia y la autopercepción de las sociedades industriales desarrolladas. Esa crítica comienza en los años treinta del siglo pasado con la revisión del ideal de ciencia y objetividad de la investigación social empírica, que avanzaba hacia una figura de reflexión que sustituía cada vez más la autoconciencia por la autopercepción. La sociología se esforzaba por satisfacer el patrón de la investigación científica. Y la sociología de inspiración neokantiana había conseguido reproducir de manera exitosa y plausible el progreso cognitivo de las ciencias naturales<sup>1</sup>.

El fenómeno de la ciudad moderna es el requisito de esa problematización y el ámbito de percepción de la realidad social controlada metodológicamente. En la ciudad se concentran los desarrollos y las tendencias sociales; observarlos y analizarlos tiene un cierto valor de pronóstico para el conjunto de la sociedad. La 'obra maestra' de Walter Benjamin, la *Obra de los Pasajes*, que quedó inconclusa, pretendía precisamente observar las tendencias sociales en la capital del siglo XIX<sup>2</sup>. Su procedimiento difiere del principio dominante hasta el día de hoy en la investigación social empírica; dicha investigación destila de los fenómenos sociales lo comparable y, por tanto, universal<sup>3</sup>; en última instancia identifica en lo singular aquello que es representable en un código numérico. El resultado del procedimiento de formalización y matematización es su criterio último de universalidad. Benjamin se apoya, por el contrario, en una imagen de la realidad que se hace presente al observador. Parte de la máxima metodológica según la cual el observador, cuando se

<sup>1</sup> Ver Martin JAY, *Dialektische Phantasie. Die Geschichte der Frankfurter Schule und des Instituts für Sozialforschung, 1923-1950*, Frankfurt a. M.: Fischer, 1976.

<sup>2</sup> Las obras de Walter Benjamin se citan indicando el tomo y la página de la edición de los *Gesammelte Schriften*, ed. por R. Tiedemann y H. Schweppenhäuser con la colaboración de Th. W. Adorno y G. Scholem, 7 vols. y supl., Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1972-1989.

<sup>3</sup> No puede negarse que la universalidad va necesariamente unida a la abstracción. La cuestión es cómo se realiza esa abstracción: ¿presupone la presencia de lo universal-abstracto en la realidad que ha de ser conocida o se trata de un procedimiento de la razón que abstrae de la realidad y cuyo concepto universal consiste en contener en él mismo una conciencia de la ausencia de la realidad? En el primer caso la abstracción consistiría en algo positivo; el código numérico sería algo dado. En el segundo caso se trata de una operación de la razón que puede fracasar en relación con la realidad o, en su caso, ha de ser corregida por las percepciones y la experiencia. La cuestión de realidad o no realidad de los universales se encuentra también tras la diferenciación de las tablas de juicios lógicos y de las categorías en la *Crítica de la razón pura* de Kant, ver al respecto Reinhard BRANDT, *Die Urteilstafel der Kritik der reinen Vernunft*, Kant-Forschungen 4, Hamburg: Meiner, 1991.

expone a la realidad, es capaz de percibir en la superficie de las cosas signos de aquello que las constituye. Y para las cosas y los hechos lo esencial es su “núcleo temporal”, su intrínseca constitución temporal<sup>4</sup>.

La ciudad moderna es una magnitud altamente dinámica; su esencia consiste en su permanente transformación y su continuo desarrollo. Benjamin quiere ilustrar las fuerzas que han producido ese impulso de desarrollo, así como sus consecuencias para los seres humanos que habitan la ciudad. Con ello pretende hacer objeto de su mirada aquellos fenómenos que poseen una significación general<sup>5</sup>.

Lo que caracteriza a la ciudad moderna es el hecho de que ya no puede existir ningún observador externo capaz de hacerse con una visión general adecuada de la misma. La compleja realidad de la ciudad no puede ser ya abarcada por nadie. Su misma expansión cuantitativa es ya un indicador más que suficiente de que aquel que se empeña en conocerla no puede convertirla en su objeto, es decir, en un objeto que realmente fuese diferente de él en cuanto sujeto observador<sup>6</sup>. Sólo puede desentrañar la ciudad quien conozca realidades singulares en ella que representen la totalidad<sup>7</sup>. Esa significación universal se hace presente a la observación en cosas

<sup>4</sup> Benjamin está en oposición directa a las formalizaciones forzadas por el neokantismo en los años veinte en teoría de la ciencia. Pero esto no lo convierte en un fenomenólogo, como se mostrará en el tercer apartado de este artículo. Benjamin y los miembros de la Teoría Crítica intentan más bien adoptar una posición más allá de las falacias y los reduccionismos, que, por un lado, se pueden comprobar en una abstracción reducida a formalización, en cuanto falsas conclusiones sobre la realidad sacadas a partir del resultado de la formalización y que, por otro lado, también consisten en la sustitución de la realidad por su existencia en el pensamiento.

<sup>5</sup> En la *Obra de los Pasajes*, Benjamin quiere vincular la comprensión marxista de la historia con una expresividad ampliada: Se trata de “descubrir el cristal de acontecer total en el análisis de los pequeños momentos singulares” (V 575 [N 2,6]).

<sup>6</sup> Es una evidencia universalmente reconocida por la sociología urbana que, sobre todo la urbanización, las formas de vida y los hábitos de comunicación que han producido la ciudad poseen un carácter ubicuo. El campo y la ciudad no son dos realidades opuestas, pues el objeto “ciudad” no puede ser delimitado. Por ese motivo tampoco puede ser conocido empíricamente de manera directa. Los métodos de su conocimiento empírico han de ser más bien justificados a través de conceptos universales como los de sujeto, forma de la mercancía y tiempo.

<sup>7</sup> A diferencia de la fenomenología, el procedimiento de Benjamin es rigurosamente materialista, pero no científico-natural. Busca lo universal en el objeto material, pero no extrayéndolo a través de la actividad del entendimiento, sino a través de la identificación de las similitudes de las cosas singulares, similitudes que le “aparecen” al observador y se le muestran en constelaciones. Las universalidades objetivas confeccionadas en las cosas son idénticas entre sí y puede ser afirmadas como universalidades. Por el contrario, las similitudes muestran tanto las identidades entre las cosas como también sus diferencias. En la percepción de las similitudes la diferencia sigue siendo constitutiva. En ella puede conservarse el sentido para lo individual e indisponible para la razón, que se sustrae a toda subsunción bajo lo universal. En este sentido, para Benjamin las percepciones materiales son conceptos límite de la teoría del conocimiento.

concretas<sup>8</sup>. La universalidad de lo así dado no es entonces un rasgo que la imaginación del ser humano introduzca en las cosas o que ella les atribuye, si éstas condicionan por su parte el único método con el que pueden ser conocidas<sup>9</sup>. El procedimiento al que nos referimos puede ponerse en relación con la doctrina de los signos de los tiempos de Marie-Dominique Chenu<sup>10</sup>. La fuerte discusión en torno a cómo debe entenderse la categoría de signo de los tiempos, que posee tanto un carácter epistemológico como de diagnóstico epocal, puede ser resumida en tres puntos:

1. Aunque los signos de los tiempos son como una revelación, es decir, se imponen al observador de la sociedad y la historia como signos de algo que afecta a la totalidad, no tienen sin embargo un origen divino, sino que son de carácter natural. No es que Dios diga algo a los hombres en los signos de los tiempos, sino que en ellos se hace legible una significación de la realidad<sup>11</sup>.

2. Sólo puede ser signo de los tiempos aquello que es resultado, fenómeno concomitante u ocasión de la praxis moral y política de los seres humanos. Un ejemplo frecuentemente citado de “Pacem in terris” es el movimiento feminista. El sig-

<sup>8</sup> ¿En qué medida puede hacerse presente una significación universal? Las similitudes y las correspondencias son universalidades fenomenológicas, pero no conceptos universales. La posmodernidad renuncia a los conceptos universales y se entrega con ello a las plausibilidades, es decir, a las evidencias más crudas de la mentalidad dominante. Con ello se hace acreedora del reproche de reflejar simplemente la situación, pero no de comprenderla e interpretarla. Cuando Benjamin habla de universalidades que se presentan, entonces se trata de percepciones que poseen una relevancia práctica, una significación vinculante para el sujeto de la percepción y para su constitución como sujeto.

<sup>9</sup> Esta reflexión puede ser entendida como un giro del análisis trascendental hacia lo objetivo: el análisis trascendental pregunta por las condiciones de posibilidad bajo las que una realidad particular puede ser aquello que pretende ser. Dicho análisis saca a la luz esos presupuestos y esas condiciones sólo accesibles mentalmente, bajo las cuales pueden ser verdaderos los juicios tanto teóricos como prácticos. Un giro hacia lo objetivo significaría partir de la capacidad del ser humano y mostrar qué condiciones materiales están dadas en la realidad, que limitan los conocimientos fácticos.

<sup>10</sup> Esta teoría tuvo una no pequeña significación para la transformación de la iglesia católica de la que fue índice el Vaticano II. A este respecto resulta paradigmática la Constitución Pastoral “Gaudium et spes”; no se debatió tanto en torno a ningún otro elemento teórico como se hizo con la doctrina de los signos de los tiempos. Ver fundamentalmente Marie-Dominique CHENU, *Volk Gottes in der Welt*, Paderborn: Bonifacius-Dr., 1968, también Knut WENZEL, *Kleine Geschichte des Zweiten Vatikanischen Konzils*, Freiburg: Herder 2005, pág. 179ss.

<sup>11</sup> Esto hay que mantenerlo frente a cualquier tendencia divinizadora. Los signos de los tiempos no revelan el oculto carácter divino del mundo, sino que caracterizan el mundo como un lugar en que se ha revelado la voluntad de Dios y como el único en el que se le puede responder. Ver al respecto Hans-Joachim SANDER, “Die pastorale Grammatik der Lehre – ein Wille zur Macht von Gottes Heil im Zeichen der Zeit”, en G. WASSILOWSKY (ed.), *Zweites Vatikanum – vergessene Anstöße, gegenwärtige Fortschreibungen* (QD 207) Freiburg i.Br.: Herder, 2004, 185-206, espec. 206; Marianne HEIMBACH-STEINS, “„Inkarnation“ als Lerngeschichte. Fragen an das Verhältnis von Anthropologie und Ekklesiologie”, en *PTH* 25 (2006) 41-55.

no no es la opresión de la mujer. Más bien es la lucha de las mujeres contra la opresión la que pone en evidencia la injusticia de su destino.

3. Los signos de los tiempos expresan la totalidad de la realidad en un signo visible y son universales en el sentido de que expresan la relevancia del signo para el observador —ya sea porque lo hacen consciente de que está implicado en lo que ha cobrado expresión, ya sea porque exigen una capacidad de actuación moral y en ese sentido representan un juicio de la razón práctica<sup>12</sup>. El observador se experimenta involucrado en la realidad y rodeado por ella, una realidad que se expresa en un fragmento de sí misma. En esa realidad parcial tenemos que ver con un signo de los tiempos, con un *pars pro toto*, porque en la observación del fragmento, en cuanto signo del todo, el observador hace la experiencia de estar envuelto en esa realidad.

De acuerdo con la teoría de los signos de los tiempos, estaría equivocada una hermenéutica que intentase definir la ciudad moderna diferenciándola de otros fenómenos geográficos, sociales e históricos<sup>13</sup>. Buscar en la ciudad signos de los tiempos representa un planteamiento metodológico contrario: se resalta lo universal que se hace visible y claro en la ciudad y que tiene además una significación para el campo y las formas de vida tradicionales —ya sea porque la ciudad anticipa la evolución de la totalidad y posee un cierto valor de pronóstico, ya sea porque tan sólo la ciudad, en razón de su alta densidad residencial y habitacional, permite

<sup>12</sup> La imagen del pasado que se presenta de manera involuntaria al observador posibilita para el último Benjamin un tipo de visión que posee una estructura semejante al signo de los tiempos. Provoca a actuar. Ver Ottmar JOHN, “Zwischen Gnosis und Messianismus. Jüdische Elemente im Werk Walter Benjamins“, en Joachim VALENTIN – Saskia WENDEL (eds.), *Jüdische Traditionen in der Philosophie des 20. Jahrhunderts*, Darmstadt: WBG, 2000, págs. 51-68. Existen dos posibilidades para poner de relieve la significación de una imagen tal para la razón práctica. Bien es el pasado la causa de que los sujetos puedan actuar en el presente; tendría pues una función constitutiva del sujeto. Entonces sólo podría ser un acontecimiento mesiánico que es operativo desde sí mismo en la historia y se presenta a un lejano futuro como imagen que posibilita la vida. O bien el sujeto moral actual se ve obligado para realizar su capacidad de acción en una determinada situación histórica a apoyarse en las esperanzas de generaciones pasadas y a concederles una fuerza orientadora para aquello que hay que hacer desde un punto de vista material. No es entonces la constitución de la subjetividad en cuanto tal la que es llevada a efecto o —más suave— posibilitada por una intervención divina en la historia, sino la realización de la libertad de los sujetos bajo las condiciones materiales de la sociedad, la historia y la naturaleza biológica. La imagen bejaminiana del pasado sería entonces necesaria para la realidad de una praxis liberadora, pero no para poder decidirse por ella en absoluto. Sobre todo por esta razón, su concepto de historia sería una explicación importante de un concepto teológico de memoria. Pues el *specificum christianum* consiste en la experiencia de la realidad de la salvación y no se agota en el anhelo y en el pensamiento sobre ella.

<sup>13</sup> La diferencia específica decisiva es entonces la que existe entre ciudad y campo. Para responder a la pregunta por aquello que es la ciudad, bajo el hechizo de esta diferencia se eliminan todos los rasgos que solo se encuentran en ella. Para la cuestión aquí planteada, esta lógica conduce al error.

que se hagan visibles determinados fenómenos que habrían permanecidos desconocidos en el caso de una mayor dispersión de las personas<sup>14</sup>.

Benjamin analiza tres signos de este tipo en relación con París, la capital del siglo XIX:

1. En las exposiciones se hace visible el concepto de valor de cambio o, en su caso, de la sociedad productora de mercancías;
2. En el flujo de los viandantes y en el aumento observable de los movimientos de circulación se hacen experimentables el movimiento circular del capital y las catástrofes que ese movimiento puede producir;
3. En los diferentes tipos humanos, como por ejemplo el paseante ocioso, puede pronosticarse ya en el siglo XIX la debilidad del sujeto para la toma de decisiones y para la acción a la vista de la aceleración del cambio y de la complejidad de la situación<sup>15</sup>.

## 1. EL VALOR EXPOSITIVO DE LAS COSAS - EL NACIMIENTO DE CARÁCTER DE LAS MERCANCÍAS EN LA CIUDAD

### 1.1 El nuevo atractivo de la ciudad

A la búsqueda de signos de los tiempos en la ciudad, que deben permitir tanto formular un concepto unitario de la ciudad, como también aspirar con él al conocimiento de todas sus realidades, salta a la vista, de entrada, el nuevo atractivo de la ciudad. Si en los años sesenta y setenta parecía que las ciudades iban a morir, desde los años noventa gozan de nueva vida<sup>16</sup>. El indicador que tradicionalmente servía para expresar la vitalidad de una ciudad era el crecimiento de la población residencial empadronada. Sin embargo, para explicar el pulso vital de los centros urbanos ya no es suficiente con ese indicador. El número de habitantes de los cen-

<sup>14</sup> Para la satisfacción de cualquier inclinación, por extraña que sea, se encuentra en la ciudad un ambiente propicio. Es poco probable que no existan personas con inclinaciones semejantes en las zonas rurales, pero les resulta incomparablemente más difícil en ellas organizarse y hacer visible su inclinación por medio de los actos correspondientes.

<sup>15</sup> Para Benjamin este pronóstico se ve confirmado de manera dramática en la víspera de la segunda guerra mundial y del genocidio: sus últimos textos están dedicados sobre todo a responder a la cuestión de por qué la resistencia frente a la eliminación de partes relevantes de la humanidad era tan débil y bajo qué condiciones podrían ser restituidas. Para una consideración del conjunto de la obra de Benjamin desde esta perspectiva, ver Ottmar JOHN, „...und dieser Feind hat zu siegen nicht aufgehört.“ *Die Bedeutung Walter Benjamins für eine Theologie nach Auschwitz*, Münster Ms., 1982.

<sup>16</sup> Sobre el atractivo de la nueva ciudad, ver los datos de la sociología urbana en Hartmut HÄUBER-MANN - Walter SIEBEL, *Neue Urbanität*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1987.

tros urbanos no ha crecido de manera significativa, en Alemania más bien se encuentra en caída libre desde hace treinta años. En algunas ciudades han llegado a un mínimo absoluto. Los centros de las ciudades se mantienen animados por las personas que pasan por ellos sin residir allí. Se trata, por un lado, de profesionales del sector servicios, que tradicionalmente dominan los centros urbanos. La producción industrial se ha desplazado a la periferia, al barrio o al distrito. Por otro lado, se trata de los “consumidores” en sentido amplio de la palabra. Son personas que permanecen en la ciudad para aprovechar las ofertas: mercancías, servicios, educación, formación y cultura. Independientemente de cómo se pueda definir la motivación de las personas que entran y salen diariamente de la ciudad, la oferta de consumo (incluidas las posibilidades de educación y cultura) se han convertido en un indicador cada vez más importante de la animación y del atractivo de las ciudades<sup>17</sup>. Ese atractivo ha generado desde mediados de los años noventa una nueva imagen de la ciudad y ha desplegado un impacto social. Sin embargo, se engaña quien la considere una novedad radical<sup>18</sup> —el atractivo de la ciudad tiene su prehistoria.

Con relación a los saltos de la evolución social a comienzos de la Modernidad Walter Benjamin descubre fenómenos que preludian el atractivo que observamos en la actualidad. Su principal obra inconclusa, de la que sólo tenemos un gigan-

<sup>17</sup> Los puestos de trabajo en una ciudad se concentran cada vez más en los sectores de la distribución y los servicios, la formación y la cultura. Dependen de la asiduidad de los consumidores. En una época de sistemas de transporte avanzados resulta irrelevante para esos sectores que las personas vivan o no en la ciudad. Lo decisivo es que permanezcan en ella o se muevan por ella. Esto configura también el estilo de vida de las personas. Si prescindimos de las familias con niños pequeños, el domicilio en el sentido del empadronamiento tan sólo es un lugar dormitorio.

<sup>18</sup> De la novedad (*novum*) existe un concepto teológico y uno secular. El teológico designa aquel acontecimiento que no puede ser deducido a partir de la historia transcurrida hasta ese momento y cuyo carácter indeducible es un fuerte indicio para una causa divina. La encarnación de Dios en Jesucristo sólo puede ser concebida como un *novum* de ese tipo; ver al respecto Dieter HATTRUP, *Die Bewegung der Zeit. Naturwissenschaftliche Kategorien und die christologische Vermittlung von Sein und Geschichte*, Münster: Aschendorf 1988. La consideración de la sociedad desde el punto de vista de la teoría de los sistemas reclama para sí la capacidad de hacer justicia en gran medida a la aparición de contingencias por medio de la descripción de acontecimientos simultáneos en diferentes subsistemas, ya que prescinde del planteamiento de una explicación causal de los fenómenos en una sucesión temporal. Quien describe la sociedad desde el punto de vista de la teoría de los sistemas y renuncia a explicaciones está más en condiciones de identificar algo que no se ha dado hasta ahora como tal. La cuestión que se plantea entonces es si no se paga por ello un precio demasiado alto. Pues quien renuncia a la derivación a partir de la historia hasta ahora transcurrida, sólo puede contemplar cada fenómeno individual como totalidad y de esa manera sobrevalorarlo. El procedimiento de Benjamin consiste en tomar un fenómeno como individualidad, que sin embargo en la mirada muestra su finitud al revelar su núcleo temporal y su origen.

tesco *collage* de citas de muy difícil lectura<sup>19</sup>, lleva el título de *Obra de los Pasajes*. En los pasajes parisinos del siglo XIX Benjamin observa realidades singulares que representan la totalidad<sup>20</sup>. El fenómeno urbano-arquitectónico de los pasajes tiene una prehistoria y un corolario. La prehistoria son las exposiciones industriales organizadas por primera vez a mitad del siglo XIX. En las metrópolis, éstas crecen hasta convertirse en exposiciones universales; están al servicio de la presentación de los productos más novedosos del espíritu de invención y de la fuerza de creación humanos<sup>21</sup>. Demuestran la capacidad de rendimiento técnico de las industrias nacionales. Al corolario pertenecen los centros comerciales; todo lo que se ofertaba en los pasajes en pequeños negocios encuentra en el centro comercial su síntesis. Con los pasajes, las exposiciones y los centros comerciales entra en la escena de la historia universal una novedad: se hace visible el carácter de mercancía de los productos<sup>22</sup>, su apariencia fantasmagórica se materializa en la forma de presentación de los objetos de uso en las exposiciones y la publicidad y —como hay que añadir *ex post*— en el trato con las cosas por parte de los consumidores. Estas realidades resultarían ser el motor secreto del desarrollo de la ciudad moderna<sup>23</sup>.

Por medio de citas tomadas de obras de historia cultural y urbana Benjamin ilustra cómo las exposiciones (universales) sintetizan a su vez dos grandes tradiciones:

1. Las ferias y las fiestas populares, la diversión para el pueblo llano. Para ello presenta en su montaje de citas fragmentos de textos que evidencian que las exposi-

<sup>19</sup> En la *Obra de los pasajes* la forma de la representación se corresponde con lo representado; se atiene consecuentemente al ideal metodológico de una imagen material que se hace presente. Esa forma de representación parece condenar al lector y destinatario a contentarse con una porción provisional de observaciones singulares y ser consciente de que por el camino de la inducción no existe ninguna universalidad en sentido estricto, sino sólo una hipotética y provisional. No le está permitido a la razón finita poder conocer una universalidad material, y esto tan sólo por la razón de que en cada momento puede suceder algo decisivo y cambiar la imagen del mundo que existía hasta ese momento.

<sup>20</sup> Según Schöttker el pasaje era para Benjamin expresión y mónada de la Modernidad. En él podía reconocerse el surgimiento de nuevas formas de pensamiento, experiencia y creación. Ver Detlev SCHÖTTKER, *Konstruktiver Fragmentarismus. Form und Rezeption der Schriften Walter Benjamins*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1999, pág. 204.

<sup>21</sup> V 238, cita de Gideon —la mayor parte de la masa de textos que componen la *Obra de los pasajes* son citas que sin tener conexión entre sí forman constelaciones de una determinada manera. Respecto al ideal de la forma del fragmento, ver también Susan BUCK-MORSS, *Dialektik des Sehens. Walter Benjamin und das Passagenwerk*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1993.

<sup>22</sup> Según Tiedemann, lo que Marx denomina el carácter fetichista de la mercancía puede considerarse el esquema central de interpretación de la última redacción del conjunto de la *Obra de los Pasajes* (V 25, Introducción del editor).

<sup>23</sup> V 268, cita de Fritz Stahl.



ciones industriales nacen desde el principio del deseo de divertir a la clase trabajadora<sup>24</sup>; se enviaron delegaciones de obreros a las exposiciones universales<sup>25</sup>, aparentemente para que tras su retorno actuaran tranquilizadamente sobre los colegas. Las exposiciones universales son una señal de la superación de la contradicción entre productores y consumidores en el *New Deal*. La vida económica ya no es pensable a partir de los años 30 del siglo pasado sin el consumo de masas. Desde esta perspectiva la posibilidad de creación de puestos de trabajo se basa en que los trabajadores también consuman las mercancías producidas por ellos mismos. Sin embargo, Benjamin identifica como origen de la superación de la contradicción entre producción y consumo la exposición de las mercancías —la creación de posibilidades de contemplar las mercancías. Lo cual todavía no significa poder también adquirirlas y consumirlas. Para desentrañar este hecho Benjamin se refiere a otra fuente del origen de las exposiciones,

2. Los lugares de contemplación del arte y la alta cultura, especialmente los museos<sup>26</sup>, pero también las catedrales. Las exposiciones industriales implicaban desde el comienzo una síntesis de los productos de la industria y el arte<sup>27</sup>. La relación contemplativa con los productos de la industria representa una secularización de la práctica religiosa de no destruir las cosas y consumirlas por el uso, sino de dejarlas existir. Se trata de una secularización en tanto que las representaciones religiosas y los símbolos, sobre todo los iconos de la tradición ortodoxa, manifiestan una determinada estructura referencial. Son objetivos y verificables, sin que aquello a lo que hacen referencia sea accesible a los sentidos en la misma forma que lo es el remitente; muestran el no-ser-visible de aquello que representan —elevado en la teología sacramental hasta la presencia real de lo invisible en aquello que lo representa, esto es, en el signo. ¿Qué es lo que se pierde en el proceso de secularización del icono en un producto industrial? ¿Qué es un producto industrial, esto es, aquello que se hace visible en la exposición como mercancía, a diferencia de la imagen de la Virgen ante la que se encienden velas en un rincón de la iglesia y ante la que el creyente pide de rodillas su intercesión? El proceso de traslación parece ser un proceso social que afecta al ser y se refiere a su objetividad empírica. No se agota en un cambio de lugar —del edificio de la iglesia a un palacio de vidrio y cristal<sup>28</sup>— ni en la

<sup>24</sup> V 243, cita de Sigmund Engländer.

<sup>25</sup> V 250, 253, varias citas.

<sup>26</sup> V 239 [G2a,6].

<sup>27</sup> V 254 (G9a,2), 232.

<sup>28</sup> V 239 [G2a,8], 252 [G8,5]. Benjamin subraya continuamente la importancia de los edificios de

industrialización de la técnica de su producción —la iconografía sigue siendo hasta hoy una actividad artesanal, mientras que las mercancías son producidas en procesos mecanizados, automatizados o controlados por ordenador, según una compleja división del trabajo, procesos en los que el trabajo humano cada vez tiene menos importancia<sup>29</sup>. ¿En qué consiste entonces el proceso de secularización, la conversión de objetos de culto en mercancías? Una respuesta a esta pregunta exigiría aclarar y desentrañar de otra manera aquello que denominamos “mercancía” y pensamos bajo esa denominación. En todo caso, las exposiciones industriales y de mercancías son el origen del nuevo atractivo de las ciudades al comienzo del tercer milenio.

Arrojar una mirada sobre un fenómeno aparentemente secundario al comienzo de la Modernidad, esto es, las exposiciones industriales y de mercancías, representa —ésta sería la tesis— una contribución para comprender mejor la hegemonía de lo urbano en la sociedad mundial. Pues el atractivo del que hablamos no sólo es un fenómeno necesitado de explicación en las metrópolis industriales de Europa venidas a menos, sino ante todo en las sociedades pobres y en los países emergentes. Solo el éxodo rural y los vertiginosos movimientos migratorios confirman la pertinencia del uso del término “atractivo” como característica integral de la ciudad en los comienzos del tercer milenio<sup>30</sup>.

---

cristal para la arquitectura de la Modernidad —cuyos primeros edificios avista en las exposiciones universales del siglo XIX. Los edificios de cristal representan la realización arquitectónica de la máxima de la Ilustración tras la consistente explicación del mundo —en un mundo de edificios de cristal nada queda oculto a los ojos.

<sup>29</sup> Si hay que hablar en este contexto de secularización y, por cierto, en el sentido de la traslación de una determinada forma de contemplar las cosas, en este caso los productos industriales de masas, entonces hay que tener en cuenta que también se transforma la manera de contemplar. La alusión a la conexión de las exposiciones con las catedrales góticas —ver V 86 [A2,1]— es un indicio para la correcta comprensión del valor expositivo de las cosas, pero de ninguna manera queda suficientemente comprendido el capitalismo cuando se lo concibe como religión. Un fragmento así titulado de Benjamin está siendo sobrevalorado por algunos teólogos; no se puede considerar que ese fragmento ofrezca una definición suficiente del capitalismo —ver VI 100-103, también Thomas RUSTER, *Der verwechselbare Gott. Theologie nach der Entflechtung von Christentum und Religion* (QD 181), Freiburg i.Br.: Herder, 2000, págs. 126ss.

<sup>30</sup> El éxodo rural de los seres humanos hacia el caos de las metrópolis y hacia las aglomeraciones urbanas no puede aclararse con simples categorías económicas. El abastecimiento de las poblaciones empobrecidas tampoco es mejor en las grandes ciudades, sin embargo, hay más posibilidades de supervivencia —del mismo modo que en los juegos de azar existe un mayor número de posibilidades de realizar la ganancia. ¿Qué tipo de atractivo es éste, que consiste en la posibilidad de la realización de vida y riqueza? —sobre el proceso de urbanización de la sociedad mundial, ver Brigitte SAVIANO, *Pastoral urbana: Herausforderungen für eine Großstadtpastoral in Metropolen und Megastädten Lateinamerikas*, Berlin/Münster: Lit Verlag, 2006; Benjamin BRAVO/Alfons VIETMEIER (ed.), *Gott wohnt in der Stadt*, Berlin/Münster: Lit Verlag, 2008.

Sin embargo, las exposiciones no pueden ser reducidas a aquellas formas de representación y de efemérides con las que conectan y que sintetizan. Pues entonces el atractivo de las ciudades consistiría en algo ya largamente conocido, esto es, la religión, el arte y la diversión. Es necesario pues poner de relieve la novedad específica de las exposiciones frente a lo transmitido en esas formas, si es que se quiere comprender el nuevo atractivo de la ciudad. Para ello se examinará a continuación el profundo impacto material de la conversión de las cosas en mercancías.

## 1.2 La distinción de valor de uso y valor de cambio

Las exposiciones son manifestaciones de la ciudad. Están vinculadas a su función y sólo pueden ser explicadas a partir de ella. Por su parte, las exposiciones renuevan, transforman y refuerzan la función de la ciudad. Desde tiempos inmemoriales han surgido un gran número de ciudades en lugares que ofrecían condiciones geográficas favorables para el comercio —ya sea que los lugares de intercambio y mercado en los cruces de las rutas comerciales atraían a personas y generaban comunidades<sup>31</sup> caracterizadas por la densidad residencial, ya sea que la concentración de grandes masas de personas en un lugar obligó a buscar el intercambio con el entorno para poder alimentarlas<sup>32</sup>. Negocio y comercio poseen un carácter condicional y constitutivo para el surgimiento de las ciudades. Si las ciudades son el lugar de las exposiciones, ¿qué significa entonces para las exposiciones que las ciudades sean esencialmente centros del comercio y el negocio<sup>33</sup>?

La ampliación del comercio es un hecho de la historia de la economía. Cuanto mayores son las distancias y los espacios y más diversas las etnias y las culturas que participan en ese comercio, tanto más universales y abstractos son los equivalentes que deben existir con los que puedan representarse y valorarse los bienes intercambiados. La constante universalización del equivalente es la condición de posibilidad de la ampliación del comercio. Las exposiciones universales del siglo XIX señalan

<sup>31</sup> Éste fue el origen de muchas ciudades hanseáticas del Mar del Norte y del Mar Báltico. Se puede afirmar que las ciudades no sólo surgieron en los cruces de las rutas comerciales, sino también como centros políticos y militares. Pero también éstos poseían una ubicación geográfica propicia como condición previa, un vado, un paso de montaña, etc. Las vías de comunicación son en cierta medida el *tertium comparationis* del comercio a distancia y el poder político-militar.

<sup>32</sup> Los asentamientos más tempranos fueron originados por la minería y la fundición de metales, para las que había una gran demanda de trabajadores. Para poder alimentarlos tenía que haber excedentes en la producción agrícola y un intercambio entre la ciudad y el campo.

<sup>33</sup> En relación a Riga, Benjamin anota: “La ciudad a partir de los mercados” (V 1005).

la máxima expansión espacial del comercio<sup>34</sup>. Por esa época es cuando Karl Marx diferencia entre el valor de uso y el valor de cambio de los bienes. Si ha de hacerse realidad un comercio global, entonces es necesario que exista un equivalente universal con el que pueda ser adquirido todo aquello que los hombres producen.

La distinción del valor de uso de una mercancía y su valor de cambio abre un enorme abanico de interpretaciones; se pueden señalar dos posiciones que marcan los extremos de ese abanico:

1. El valor de cambio no deja de depender completamente del valor de uso. Si determinados productos son sobrevalorados, “explota la burbuja” y el valor de cambio vuelve a reflejar el valor “real”<sup>35</sup>. La autonomización del sistema financiero respecto a la economía real es pura apariencia, de la misma manera que el valor de cambio posee la apariencia de autonomía frente al trabajo invertido y las necesidades de las personas<sup>36</sup>.

2. La necesaria abstracción del valor de cambio respecto al valor de uso de las mercancías, sin la que una expansión del comercio no sería posible en absoluto, da un vuelco en una autonomía frente a la constitución material de las cosas, de la que depende, por muy mediadamente que sea, el valor de uso. Si el dinero con el que se pueden comprar todos los productos que se producen en el mundo todavía dependía de la suma finita y empírica de esos productos y, si su finalidad consistía en la valoración de esas cosas y en hacer posible su intercambio, el valor de cambio se vuelve ahora un fin en sí mismo. Según Adorno, si no fuera así, no sería posible explicar ciertos fenómenos sociales en la Modernidad:

a) La “apariencia” de la mercancía se muestra resistente y no se disuelve por ser explicada. El desentrañamiento de sus caprichos teológicos —así suena el diagnóstico hacia mediados del siglo XX— no ha tenido consecuencias sociales<sup>37</sup>.

<sup>34</sup> La expansión universal del comercio significa que los bienes que son producidos “aquí” han de ser accesibles en principio a todos los seres humanos y, viceversa, que todo lo que es producido en el mundo ha de estar en principio disponible “aquí”. En esto último descubre Benjamin el primer indicio de la así llamada globalización, en concreto en la presencia de mercancías chinas en la exposición universal de 1832. Ver V 251 [G8, 1].

<sup>35</sup> ... de los bienes, de las empresas que los producen, de los certificados de participación que demuestran su posesión.

<sup>36</sup> Sobre la teoría del así llamado doble carácter de la mercancía, ver Jiri KOSTA/Jan MEYER/Sibylle WEBER, *Warenproduktion im Sozialismus. Überlegungen zur Theorie von Marx und zur Praxis in Osteuropa*, Frankfurt a.M.: Fischer 1973, págs. 40ss.

<sup>37</sup> Éste es el impulso fundamental del descubrimiento de la “Dialéctica de la Ilustración” de Adorno y Horkheimer. Sin embargo, los análisis reunidos bajo ese título van más allá. Para ellos la Ilustración no sólo no está en condiciones de impedir la victoria de la clase dominante en el nacionalsocialismo, sino que es un instrumento en las manos de los dominadores a causa de la reducción de la

b) Sin esa existencia autónoma no se puede entender por qué se pueden valorar también aquellas entidades para las que no existe ningún equivalente empírico<sup>38</sup>.

c) El dato más relevante de la emancipación del valor de cambio respecto a las cosas, de su liberación respecto a la relación de equivalencia, consiste en que él mismo adquiere un valor de uso –por así decirlo, se materializa y se hace visible como abstracción<sup>39</sup>.

Éste es justamente el punto que Marx extrapola cuando habla de los caprichos teológicos y del carácter fetichista de la mercancía. Sin embargo, para él, en cuanto ilustrado y crítico de la religión, esta autonomía del valor de cambio era mera apariencia, que una vez desentrañada se disuelve por sí misma<sup>40</sup>. Sin embargo, ésta es también una implicación decisiva de la defensa de la economía de mercado y del capitalismo por medio del concepto económico de libertad. La opción moral y política a favor de la economía de mercado, es decir, a favor de un intercambio de mercancías bajo las condiciones de un sistema financiero mundial, presupone la

---

razón a mera racionalidad de los medios, sin la que ellos no pueden ejercer su dominio. “La experiencia de nuestra generación es que el capitalismo no va a morir de muerte natural” (V 819 [X11a, 3]).

<sup>38</sup> El valor de cambio medía originariamente sólo el valor de entidades cósmicas; se comerciaba con los resultados de una actividad humana. Pero ya pronto se empezó a valorar la actividad misma, independientemente de su resultado; en el caso de las actividades sociales se remunera la actividad misma y no sólo a condición de que se consiga un resultado, como por ejemplo en las actividades relacionadas con el cuidado. El extremo de semejante evolución del sometimiento de los ámbitos de la vida humana es la consideración de la religión bajo puntos de vista económicos. Ver al respecto Ottmar JOHN, “Anwaltschaftlichkeit in der Rolle des sozialen Dienstleisters” en Markus LEHNER / Michael MANDERSCHIEDT (eds.), *Anwaltschaft und Dienstleistung. Organisierte Caritas im Spannungsfeld*, Freiburg i. Br.: Lambertus, 2001, págs. 109-134 y más adelante el punto 3.3.

<sup>39</sup> Benjamin observa de modo lapidario: En la exposición universal de “1855 se pudieron por primera vez rotular con precios” (V 253 [G8a, 5]); ver también pág. 256 [G10a,1]. La exigencia del libre comercio, es decir, de la eliminación de los obstáculos comerciales que representaban los tributos aduaneros estatales, que al parecer fueron recaudados en torno a las exposiciones universales, Benjamin la interpreta como ilustración gráfica de la tendencia a la “libertad”, es decir, la autonomía y autorreferencialidad del valor de cambio. Esta interpretación puede deducirse sobre todo a partir de la constelación de las citas correspondientes con el popular resumen de la teoría marxista del valor de cambio realizada por Otto Rühle (V 245 [G5,1]). Benjamin descubre indicios de esta tendencia de la mercancía en algunas expresiones de Karl Korsch (V 816s. [X10]: “El valor de uso es elemento [ya sólo discrecional, O. John] de la mercancía”, pero en ningún caso su condición de posibilidad extraeconómica.

<sup>40</sup> Por un lado, Marx pone de relieve la dinámica propia del mecanismo del mercado: en el “capital” identifica un desarrollo de los procesos de explotación del capital presidido por una necesidad natural, la tendencial caída de las tasas de beneficio, a la que no puede sustraerse ninguno de los participantes en el mercado. Pero, por otro lado, si esa dinámica propia es estable, la vida propia del mercado conduce a crisis, al colapso del mercado. A través de la emancipación del mecanismo del mercado respecto a la satisfacción de las “verdaderas” necesidades de la población, según Marx, el mecanismo del mercado se cancela a sí mismo. Ver Jiri KOSTA/Jan MEYER/Sibylle WEBER, *Warenproduktion*.

independencia y la inevitabilidad del valor de cambio. Aquí presentaremos la posición de Adorno por medio de la verificación de los presupuestos de las posiciones de teoría social afines con el capitalismo. En una primera aproximación se puede esbozar esa verificación a través de las ideas que siguen.

A través de la decisión de compra en el mercado —según señala la habitual referencia al éxito de la economía de mercado— las personas informan al sistema sobre aquello que necesitan. Esa información sólo es válida si es cierta, es decir, si las personas compran efectivamente lo que necesitan o al menos lo que *quieren* poseer. Una diferencia del tipo que sea entre valor de cambio y valor de uso cuestionaría todo el mecanismo. Entonces se asume en el marco de los modelos económicos sobre lo que acontece en el mercado que las decisiones de compra del *homo oeconomicus* son *libres* en sentido enfático de la palabra. No atribuibles a causas heterónomas y, por tanto, incuestionables. Por un lado, de ello se deduce que para los defensores de la economía de mercado sólo puede ser un valor de uso aquello sobre lo que ha sido atestiguado su provecho y su utilidad a través de la decisión de compra; si las cosas que son distinguidas con opciones de compra son realmente útiles, es una cuestión carente de interés y de respuesta. El valor de uso de las cosas no es más que su valor de cambio. Por otro lado, la identificación del valor de uso y el valor de cambio en la apología del capitalismo necesita presuponer algo absoluto: la elección de un producto se concibe como aquello que es incuestionable. Ésta es la férrea base del conjunto de la vida del mercado. Se la caracteriza con el poderoso término “libertad” y se la dota de los contenidos que dependen de ese concepto. En el tercer apartado se abordará la cuestión de si el peso conceptual de la libertad se hace valer realmente en la elección entre diferentes bienes y si existen razones para una eventual reducción de su contenido, sin por ello perder de vista la capacidad justificadora que pueda poseer el concepto de libertad para la descripción de la vida del mercado.

### 1.3 La confusión de “uti” y “frui” en el capitalismo

¿Hasta qué punto explica el concepto de mercancía, es decir, la emancipación del valor de cambio y su consiguiente “rematerialización”, el atractivo de la ciudad? ¿Fluyen los seres humanos hacia las ciudades porque allí habitan seres extraños que producen sentimientos de felicidad sólo con contemplarlos? Para Marx, la designación de las cosas definidas por su valor de cambio con el término fetiche poseía un carácter polémico: los malabaristas de las bolsas y del capital financiero manejaban

sus valores de bolsa como seres autónomos, que de manera independiente, sin intervención de sus dueños, subían o caían, otorgaban riqueza y poder, etc. —una apariencia que podía ser desenmascarada como superstición por medio del esclarecimiento<sup>41</sup>. Para Benjamin, esa apariencia posee una capacidad de resistencia y una realidad propias. Dicha realidad no es un atributo de la mercancía independiente de la acción y el comportamiento de las personas; la apariencia de una vida propia puede ser desentrañada retrotrayendo a la praxis humana la existencia y la efectividad social de la circulación de las mercancías. Sin embargo, conviene tener en cuenta el procedimiento de Benjamin. La existencia de mercancías puede que sea resultado de la praxis humana. Pero ellas poseen en cuanto tales una “objetividad” material propia. Los resultados se autonomizan y se resisten al intento de revertirlos, como el “aprendiz de brujo” en el poema del mismo nombre de Goethe. Su objetividad material es la condición de que las mercancías o, en su caso, el carácter de mercancía de las cosas pueda ser percibido como tal. ¿En qué se muestra el carácter artificial de las cosas en ellas mismas, sin que tenga que existir previamente un saber sobre la praxis que les precede? ¿Qué indicios pueden percibirse y comprobarse en las cosas de que son tratadas como mercancías? Aparentemente no es suficiente con descubrir en ellas las huellas de la acción instrumental, de la transformación de la naturaleza por medio del trabajo y la técnica<sup>42</sup>, pues el trabajo y la técnica producen no sólo mercancías —como queda ilustrado en el ejemplo de los iconos. Y viceversa, no sólo se comercia con los resultados del trabajo, sino asimismo con materias naturales ya existentes, como por ejemplo los diamantes en bruto,

<sup>41</sup> Marx señala con el uso de la palabra “fetiche” que está denunciando como superstición las percepciones que tiene el propietario normal de capital de las “realidades” del mercado financiero y de la circulación del capital —superstición es un término negativo para la corriente mayoritaria protestante de la burguesía en la Europa del Norte en el siglo XIX. Para ella resulta provocador cargar religiosamente y divinizar entidades terrenas y finitas. Poner el corazón en ellas es una forma de alejamiento de Dios. Por otro lado, la fe en Dios purificada de ese fetichismo sobre la base de la crítica de la religión de Feuerbach resulta cualquier cosa menos plausible y aceptable. La crítica de la superstición en la autoconciencia subjetiva de los brokers no puede sustituir el análisis de la función social objetiva de la mercancía y de la circulación de mercancías. Ver Franz J. HINKELAMMERT, “Kritik der politischen Ökonomie, Religionskritik und Humanismus der Praxis” en Institut für Theologie und Politik. *Rundbrief* 34 (Diciembre 2010), págs. 4-6.

<sup>42</sup> En la discusión metodológica de las ciencias históricas al comienzo del siglo XX también se tematizó el problema de bajo qué condiciones se pueden distinguir los resultados del trabajo humano de las cosas que sólo están sometidas al proceso natural independiente del hombre. Tener en cuenta esta discusión podría ser de utilidad para la solución de los problemas aquí planteados. Ver Friedrich v. GOTTL-OTTLILIENFELD, “Die Grenzen der Geschichte” en Id., *Wirtschaft als Leben*, Jena: G. Fischer, 1925, págs. 339-379.

etc.<sup>43</sup>. Parece que estos dos aspectos no pueden resolverse el uno en el otro. Por tanto, la descripción de Benjamin posee una tendencia no sólo fenomenológica, sino también ontológica y de filosofía de la naturaleza. Sin embargo, se trata de a) la “ontología” de una realidad producida por la praxis humana —y por tanto relativizable por ella— y b) la interpretación de productos de la creación humana como una realidad que impacta sobre la praxis de las personas e incluso la condiciona —y en este sentido es una realidad objetiva. La circulación de mercancías y las mercancías mismas representan realidades que preceden a las acciones concretas de los seres humanos, pero que, porque ellas mismas son producidas por acciones, no deben ser asumidas como intransformables. En sentido formal, posiblemente el concepto de mercancía consiste precisamente en que ambos aspectos no pueden ser separados ni tampoco disueltos el uno en el otro. ¿Cómo habría que precisar esa duplicidad de la mercancía, estar dada y ser al mismo tiempo transformable? ¿Podría determinarse en el hecho de que una praxis pasada ha creado una realidad que ya no puede ser eliminada del mundo? Desde esa perspectiva se podría nombrar y conocer la causa, pero ya no se podría denunciar ni juzgar a los responsables, pues ya no pueden corregir sus acciones y mucho menos hacer que no se hayan producido.

El atractivo de las ciudades y de las mercancías expuestas en los pasajes y grandes almacenes no es mera apariencia, sino que es “colocado” en las mercancías por las personas. Ese “colocar” no es comprobable empíricamente en el mismo sentido como lo son, por ejemplo, los efectos de determinadas técnicas de manipulación en las piezas. Pero no por ello posee simplemente un carácter externo a las cosas. Es más que una función que es introducida en las cosas. Es algo más, es decir, posee un carácter “más material” que algo extraño a su sustrato material que fuera proyectado sobre ellas y que pudiera desaparecer justo de la misma manera como desaparece una falsa iluminación cuando se elimina el foco de luz engañosa. Una explicación del atractivo de la ciudad por medio del concepto del fetichismo de la mercancía debe pues tener en cuenta varias dimensiones:

1. El plano material: ¿Qué son las mercancías? ¿Por qué y cómo actúan sobre las personas?

---

<sup>43</sup> Para Hegel el problema se presenta en relación con a) la valoración de la tierra que no es habitada por nadie y b) en relación con la aclaración del título de propiedad que sólo se produce por la transmisión de una relación de propiedad previa. Cómo concebir al primer dueño de un objeto natural preexistente. Ver sobre esto Georg Wilhelm Friedrich HEGEL, *Grundlinien der Philosophie des Rechts*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1976, §§ 45, 50-53.



2. El plano antropológico: ¿Qué es lo que predispone a las personas a dejarse impresionar por las mercancías y a dejarse prescribir por ellas acciones y actividades, estilo y forma de vida?

Estos dos planos necesitan de una mediación en el análisis de la estructura temporal. Tanto en el plano objetual de las cosas como también en el plano antropológico juega un papel importante la idea del carácter infinito del aumento y la diversificación de las mercancías, así como del aumento infinito de las necesidades — sobre la dimensión temporal del fetichismo de la mercancía reflexionaremos en el apartado 2.2.

¿Qué son los valores de cambio una vez que se han materializado? Benjamin afirma que no se trata simplemente de un constructo invisible meramente pensado, sino que adquieren una sensorialidad y visibilidad propias, que ciertamente no son independientes, sino que proceden siempre de una relación y están referidas a esa relación. “Mercancía” es *aquello* en las cosas que se hace visible cuando son percibidas como valor de cambio y tratadas como tal. El producto del trabajo humano sin más no es aún una mercancía. Sólo llega a serlo cuando aparece en el mercado para ser canjeado con un interlocutor indeterminado por un equivalente cualitativamente indeterminado<sup>44</sup>. El valor de cambio es el resultado de un acto de abstracción, es decir, de un proceso inteligible —pero que es efectivo cuando es realizado por muchas personas: el capitalismo sólo funciona cuando todas las personas están convencidas de que los billetes y los paquetes de acciones son valores reales. Pues bien, los valores abstractos poseen para las personas dos propiedades:

1. Son universales en un doble sentido:

a) en principio pueden estar adheridos a cualquier producto elaborado por seres

<sup>44</sup> Ser-mercancía es una característica universal de las cosas en tanto se presentan en el “metabolismo” social en un determinado nivel de desarrollo. Ese nivel está caracterizado por el hecho de que el sostenimiento de los individuos se produce a través de un proceso de creación de valor presidido por la división del trabajo. Por un lado, la división del trabajo eleva la productividad; se puede mejorar el sostenimiento de la población con bienes de primera necesidad. Por otro lado, se ha destruido el vínculo entre el trabajo empleado por los individuos y el sostenimiento. Los productos del trabajo han de ser distribuidos a través del mercado. Entre el trabajo y el sustento media el mercado. El trabajar deja de ser para los individuos una condición suficiente para su sustento. Y —desde la perspectiva de los consumidores— la necesidad de alimentos, vestido y alojamiento no es una condición suficiente para que se produzcan los bienes correspondientes; sólo se producen alimentos cuando puede pagarse dinero por ellos y sólo puede saciar su hambre quien posea dinero. La necesidad de alimentos es sustituida por el dinero que se paga por los alimentos en el mercado. Para el mecanismo del mercado la única señal de que se necesitan determinados bienes es el beneficio; etc. Sobre la desconexión entre el trabajo empleado y el precio obtenido, ver V 818s. [X11].

humanos en el mundo. Lo reflejan todo<sup>45</sup>.

b) Llevan una existencia —que habría que precisar más— independiente de las cosas cuyo valor pueden expresar.

2. Están a disposición de los individuos o las sociedades limitadas: pueden pasar a ser propiedad. Pueden intercambiarse por cosas, servicios y entidades ideales o bien su representación simbólica. Son medio para ejercer la dominación y el poder. Partiendo de esta doble propiedad del valor de cambio abstracto, Benjamin y otros han sacado una problemática conclusión: dado que los valores de cambio pueden reflejar todos los productos de este mundo, el capitalismo posee la tendencia a someter toda la realidad y convertir todo en mercancía. Benjamin reunió y montó una serie de citas que expresan en tres niveles esta tendencia del capitalismo a someterse toda la realidad y a convertir todo en mercancía:

a) El ser humano se convierte en mercancía<sup>46</sup>.

b) Toda la sociedad, la totalidad de las relaciones de los hombres entre sí, adquiere carácter de mercancía<sup>47</sup>.

c) Incluso los contenidos de la religión revelada, que están definidos por su carácter de revelación, de regalo y, por tanto, de indisponibilidad, son interpretados como mercancías comercializables en el así llamado mercado religioso<sup>48</sup>.

Sin embargo, lo que da soporte a la evidencia de la universalidad del carácter de la mercancía es una deducción de una determinación ontológica universal a partir de la generalidad abstracta que deja fuera de consideración toda dimensión material. Esta deducción no es en absoluto forzosa, pues todavía existe la posibilidad de considerar a la mercancía como una perspectiva, es decir, como una posibilidad entre otras de considerar las cosas<sup>49</sup>. Lo cual tiene consecuencias para la compren-

<sup>45</sup> Hasta dónde llega el economicismo dominante queda bien ilustrado en el título de un libro todavía relativamente reciente: *El valor monetario de la creación* (Michael SCHRAMM, *Der Geldwert der Schöpfung. Theologie – Ökologie – Ökonomie*, Paderborn/München/Wien: Schöningh, 1994).

<sup>46</sup> Un indicio importante de ello es evidentemente no sólo que se hable de “mercado de trabajo” en sentido no meramente metafórico, sino también la experiencia de que en el capitalismo, a través del nivel de desarrollo de la técnica, el ser humano no sólo utiliza a esta última como medio para dominar la naturaleza, sino que, a la inversa, sólo se puede aprovechar de la técnica cuando se deja prescribir por ella cómo actuar. Ver V 260 [G12a, 3].

<sup>47</sup> V 822 [X13a].

<sup>48</sup> Ver el planteamiento de economía de la religión en Michael SCHRAMM, *Das Gottesunternehmen. Die katholische Kirche auf dem Religionsmarkt*, Leipzig: Benno, 2000.

<sup>49</sup> Sin embargo, un tipo así de multiperspectivismo de la realidad no está simplemente dado, sino que debe ser adoptado libremente. Lo decisivo al respecto es que una sociedad reconozca uno o más ámbitos como no economizables —en las sociedades muy desarrolladas podríamos pensar en el sistema educativo y de bienestar. La religión también podría desempeñar a tales efectos un papel de

sión de su rematerialización y, por cierto, tanto en una perspectiva crítica como en una afirmativa:

1. Deben ser rechazadas visiones según las cuales la universalidad del carácter de la mercancía permite a sus propietarios dar cumplimiento a todo deseo y anhelo. Quien cree que el capitalismo puede satisfacer todos los deseos, es que ha reducido sus deseos a necesidades. Sólo desea y anhela aquello que puede comprar<sup>50</sup>. Define su voluntad a través de lo factible —querer más o querer otra cosa que lo que puede ser satisfecho por una mercancía comprable aparece como carente de sentido y es apartado del conjunto de lo que puede ser gobernado y fundamentado por la razón<sup>51</sup>.

2. Sin embargo, la idea de la disponibilidad universal, incluyendo el reduccionismo descrito, posee efectividad social. Para muchas personas el atractivo de la ciudad se basa en la expectativa —injustificada— de que en ella hay de todo —no sólo se ofrecen mercancías de los países más lejanos, sino también servicios para cualquier inclinación, por muy rara que sea, incluyendo las formas de asociación y celebración de las culturas más remotas.

En esto la ciudad parece poseer casi una significación escatológica —ofrece la “vida en plenitud” realizada en este mundo como el cumplimiento en absoluto experimentable y realizable de todos los anhelos humanos. Es la pantalla de proyección de todos los deseos, también los religiosos. En ese sentido es un “lugar productivo desde el punto de vista religioso”. La religiosidad de la ciudad no puede ser entendida sin la transferencia a entidades disponibles de significaciones atribuidas a lo santo ausente e indisponible. Las mercancías despliegan efectividad social, pero no porque le corresponda a ellas mismas, sino porque les son transferidas propiedades que con anterioridad les correspondían a los objetos del culto religioso. Pero la razón de esas propiedades provenía en ese caso de que estos “objetos” presentan una estructura referencial de carácter simbólico, por la que ya no están configuradas las mercancías. Cuando se convierte en mercancía una imagen de la

---

lugarteniente, dado que no sólo queda cambiada sino que desaparece cuando todo es dominado económicamente. Ver apartado 3.

<sup>50</sup> Al respecto ver el interés de W. Benjamin por el fenómeno social de la prostitución en V 612ss., sobre todo 614-615.

<sup>51</sup> Helmut Peukert ha analizado la reducción de la razón en relación con el empirismo lógico y el pragmatismo. Por un lado se reduce la razón a una actividad puramente conocedora y descriptora, sin que pueda reflexionar sobre sus propios presupuestos; por otro lado, las acciones son concebidas exclusivamente según el modelo de la causalidad instrumental (Helmut PEUKERT, *Teoría de la ciencia y teología fundamental, análisis del enfoque y de la naturaleza de la formación de la teoría teológica*, Barcelona: Herder, 2000).

Virgen, de los santos o los iconos, entonces es destruida esa estructura referencial y transferido el “valor” de una virgen a la mercancía misma.

Con el teorema de la secularización es posible fundamentar que la traslación de anhelos religiosos a las mercancías representa un uso falso y una falsa relación con ellas. Quien sólo contempla, maravilla y admira, es decir, trata como si fuera un icono, una imagen religiosa o una obra de arte, aquello que podría usar, no hace justicia a las cosas —en su propio perjuicio. Esto sucede en la confusión de *uti* y *frui*, según la conocida diferencia establecida por Agustín<sup>52</sup>. Comportarse con las mercancías como con la presencia divina en la visión beatífica es cometer un doble fallo:

1. Hace desaparecer aquello que unía a los hombres en el contenido con la vida en comunión con Dios. La transposición a tales entidades seculares, que presentan una universalidad abstracta como el dinero, la propiedad o el capital, constituye la suplantación hasta ahora más efectiva de la religión, dado que aparenta satisfacer sus contenidos y objetos, cuando en realidad los entrega al poder de disposición de la “camorra de los consumidores”. Mucho más efectiva que la negación expresa de la religión en el ateísmo es su escenificación en la circulación de mercancías.

2. Pero también renuncia al uso para el que son apropiados los productos de la creación humana —para la eliminación de la necesidad y para el goce. Este uso es la condición de posibilidad de una vida lograda y plena.

Las mercancías logran su impacto porque los seres humanos las utilizan como medios. Del mismo modo que la disponibilidad de armamento puede multiplicar el dominio sobre otros seres humanos, el efecto de las mercancías consiste en que se las contemple como satisfacción de todos los anhelos, es decir, en la reducción del anhelo a una necesidad que puede ser satisfecha por medio de un acto de compra. Pero, al mismo tiempo, las mercancías sólo conservan su fuerza de fascinación y su atractivo si no son usadas y consumidas, sino que persisten en el estado de objetos de contemplación y admiración. El efecto de una mercancía expuesta consiste en que podría satisfacer una necesidad; pero sólo logra ese efecto, si nunca se comprueba si ella es capaz de hacer efectiva esa satisfacción. La renuncia a comprobar el valor de uso en la vida cotidiana de las cosas convertidas en mercancías convierte en irrelevante la cuestión de si todo aquello que las personas contemplan

---

<sup>52</sup> “Entre todas las cosas sólo las eternas e inmutables están destinadas al goce; todas las demás sólo han de ser usadas para alcanzar el goce de aquellas cosas.” (Aurelius AUGUSTINUS, *Über die christliche Lehre*, in: *Texte der Kirchenväter* 2, ed. por Alfons Heilmann, München: Kösel 1963, págs. 467-468).

en los expositores y las presentaciones de mercancías podrá pasar a su disposición alguna vez de modo concreto e individual. A menudo, gran parte de ello resulta inasequible porque el poder de disposición está repartido de manera desigual. Sin embargo, pasear por los centros comerciales no es por ello un ejercicio de masoquismo en el que las personas se hacen conscientes de su pobreza. Más bien lo contrario: contemplar las mercancías los recompensa del hecho de que no puedan convertir en propiedad individual el poder de disposición del ser humano sobre el mundo y sobre las cosas en él, poder que se exhibe en las mercancías expuestas. Debe ser porque las mercancías, también en su naturaleza material, son sumamente inapropiadas para ser disfrutadas. Las mercancías son posibilidades en sí, pero no posibilidades que puedan ser realizadas y usadas por los seres humanos concretos —tal como pasa con el automóvil, de cuya posesión una persona puede estar orgullosa y del que obtiene estatus social, pero que por falta de oportunidad sólo raramente usa o quizás no puede usar en absoluto. Las mercancías expuestas y contempladas carecen de vida y de efectos por sí mismas, pues son materia muerta, abstracta y vacía de contenido. Sus efectos son aquellos a los que los seres humanos se exponen unos a otros y por los que se dejan determinar. Con todo, tampoco en relación con los actos *páthicos* desaparece la responsabilidad.

En esa medida, toda hermenéutica que parta de que el objeto se expresa o que hable de que la ciudad, su lineamiento, su arquitectura y su geografía posee una determinada valencia moral, dado que condiciona determinadas formas de comportamiento del ser humano, esa hermenéutica está a merced del fetichismo de la mercancía<sup>53</sup>. ¿No han existido constructores de esas ciudades o propietarios de las viviendas que dejaron que un barrio se fuera deteriorando, hasta que se expandieron en él la droga o la criminalidad? ¿No han existido responsables políticos y económicos al menos en el sentido de no haber asumido el cuidado de la ciudad o de algunas de sus partes? Hablar del efecto de la ciudad sobre sus espectadores es una forma de superstición esteticista, que realmente debe ser explicada críticamente. Benjamin tampoco consintió hablar del efecto de las obras de arte, sino que cuestionó las condiciones de su producción y reconoció las obras de arte como produc-

---

<sup>53</sup> “Nuestras ciudades son matrices, tenemos que adaptarnos a ellas. La forma de la ciudad contribuye a crear el carácter social de los habitantes.” (Alexander MITSCHERLICH, *Die Unwirklichkeit der Städte*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2009, pág. 9.

tos de la creación humana. Y esas condiciones están sometidas al cambio social y al progreso técnico<sup>54</sup>.

La mercancía realiza una vida propia, que puede desplegarse en dos niveles:

1. El valor de cambio se separa de determinadas cosas y representa todos los posibles objetos de uso, hasta convertirse en equivalente universal. La mercancía, en la que el valor de cambio se hace entonces visible, es alegoría<sup>55</sup>. Representa la satisfacción de todas las posibles necesidades, no sólo de aquellas para las que parece responder su sustrato material o para las que pueda haber sido producida un día<sup>56</sup>.

2. La mercancía se escenifica a sí misma como valor de uso.

Sin embargo, la relación de los seres humanos con las mercancías expuestas, materializadas y escenificadas es diferente a la que tienen con los santos y los iconos. Las mercancías no son representantes de algo distinto de sí mismas. Hay que tomarse en serio que las mercancías son resultado de la completa abstracción de toda materialidad y que se vuelven observables y se rematerializan en una determinada relación de contemplación. La forma simbólica y alegórica de la mercancía es una etapa de tránsito en la que el valor de cambio llega a ser idéntico a sí mismo. Usarlo, disfrutarlo, encontrar realización en la conciencia del poseedor de un valor abstracto, reducirse de esa manera, es a lo que Benjamin llama “empatización con la mercancía”. Esto queda patente al mirar los sueldos enormemente altos de los ejecutivos, sueldos que resulta imposible gastar en toda una vida, pero que, a pesar de todo, parecen capaces de motivar para un trabajo autodestructivo. Pero esta significación de la mercancía no sólo se hace visible en salarios astronómicos y en objetos de lujo; los pasajes, los grandes almacenes y las exposiciones en las ciudades representan su “democratización”: “Las exposiciones universales fueron la alta escuela en la que las masas relegadas del consumo aprendieron la empatización con

<sup>54</sup> Para la discusión de la significación de la dimensión técnica del arte es central el conocido artículo “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” (I 431-508): Benjamin emplea reflexiones parecidas en relación con la lírica de Baudelaire; éste expresa su época empleando para su lírica las mismas técnicas que son experimentadas por los hombres en la política y la sociedad: shock, terrorismo, conjura, embotamiento,... (I 509ss.).

<sup>55</sup> “La desvalorización del mundo de las cosas en la alegoría es sobrepujado dentro del mundo mismo de las cosas por la mercancía.” (I 660 <5>).

<sup>56</sup> El auto se produjo en principio para que su poseedor pudiera superar distancias. Ya en los años treinta observaron sociólogos en los EEUU que con los automóviles se pueden satisfacer otras necesidades diferentes a aquellas para las que son útiles —por ejemplo, pueden servir de símbolo de estatus social—. Sobre esto ver Ottmar JOHN “«Einführung in die Ware» - Eine zentrale Kategorie Benjamins zur Bestimmung der Moderne», en *Concordia* 21 (1992), págs. 20-40.

el valor de cambio. "Verlo todo, no tocar nada"<sup>57</sup>. Las personas se sumergían en las mercancías y empatizaban con su valor de cambio.

¿Qué es lo que ve el hermeneuta en la mercancía? Aquellos que consideran las mercancías un fetiche que les proporciona alegrías y gozos con sólo contemplarlas o acercarse a ellas, se comportan ante ellas de manera pasiva. Empatizan con las mercancías porque las toman por seres vivos. En verdad empatizan con valores abstractos que les engañan respecto del disfrute y con mayor razón respecto de la alegría de vivir.

Más arriba se caracterizó el procedimiento de Benjamin como sensibilización de la sensorialidad y de la capacidad perceptiva. La *Obra de los Pasajes* debía explorar "de qué manera es posible combinar una perceptibilidad ampliada con la ejecución del método marxista"<sup>58</sup>. El observador sensibilizado para la diferencia entre Dios y mundo dentro de la tradición judeo-cristiana, que se abstiene de atribuir a las mercancías propiedades divinas en razón de su universalidad abstracta, toma precauciones para que se le presente una imagen de la realidad. Esa imagen no es otra que la que ven las personas que viven en la ciudad, residen y se mueven en ella. Ese observador no posee ningún saber oculto. Pero él ve en las mercancías expuestas más que aquel que hace una apuesta por la opción de que la ciudad se muestra. ¿Qué ve él que no vea el fetichista? ¿Qué ve que no vea el empírico, que de manera indiferente acumula datos y que confirma la miseria de la misma forma que la felicidad de los seres humanos, es decir, que se abstiene de interpretar y retraducir su universalidad abstracta a las experiencias de las personas?

El hermeneuta ve el núcleo temporal, el carácter devenido de las cosas y su origen en la praxis humana. Percibir la constitución histórico-temporal de todo lo finito también quiere decir poder ver su futuro, su orientación y su meta. ¿Cómo ver el tiempo si no es en la presencia actual de lo condicionado temporalmente? Los procedimientos empíricos habituales se dan por satisfechos con un corte diacrónico, perdiendo de vista la historia anterior y posterior de sus objetos. Hacer un comentario teológico de la realidad social significa, por el contrario, poder percibir lo que falta<sup>59</sup>.

<sup>57</sup> V 267 [G16.6].

<sup>58</sup> V 13, Tiedemann en la "Introducción del editor".

<sup>59</sup> Ya una fenomenología de los pasajes puede ofrecer un anticipo de lo que significa ver lo que falta: los pasajes son brechas a través de edificios. Son poco más que espacios vacíos entre esos edificios — sólo perceptibles a través de sus límites, a través de aquello que ellos ya no son y que sin embargo vinculan en una constelación y posibilitan en su función.

## 2. LA INFINITUD DE LAS MERCANCÍAS EN LA CIRCULACIÓN DEL CAPITAL

### 2.1 El fenómeno de la moda

Las mercancías son valores abstractos expresados y representados en códigos numéricos, que pueden “rematerializarse”; no existe ningún otro substrato material de la mercancía que sea diferente de aquel que conforma la realidad del mundo. La mercancía otorga nuevas propiedades a las cosas, a los productos del trabajo humano o a la naturaleza en bruto. Esas propiedades aparecen en las cosas y constituyen su carácter de mercancías no porque se les añada algo, sino porque se desatendió o se ignoró algo en ellas. Si el trabajo añadía propiedades a las cosas que no podían ser completamente diferentes de las que fijaba su constitución material y que fortalecía esas propiedades dadas de antemano, las cosas se convierten en mercancías gracias a que se abstraen de sus propiedades “naturales” dadas de antemano. En cuanto mercancías, las cosas existen en estructuras temporales determinadas. Cuando los seres humanos se relacionan con ellas, se subrayan, por un lado, especialmente aquellas propiedades con las que los hombres pueden ejercer el poder y la dominación y, al contrario, se minimizan su utilidad y su provecho para una convivencia beneficiosa. El tratar con mercancías induce al ser humano a reducir sus competencias morales y creativas. Esto se pone de manifiesto sobre todo en la reducción que se produce en la comprensión de la libertad, que es ella misma un acto de libertad. Las mercancías son realidades abstractas. Separadas de toda singularidad y realidad de las cosas, son ilimitadas y poseen su límite exclusivamente en aquello que idealmente unifican y destruyen —en su concreción. Al carácter de la mercancía se entrega quien tiene demasiada infinitud en la cabeza y poco sentido para la finitud y la limitación de la existencia creatural. Agudizando los sentidos se puede destruir el poder que parece ejercer el mundo de las mercancías y el consumo sobre las personas, pero que en realidad estos le han otorgado a las mercancías al dejarse fascinar por su infinitud. ¿Qué propiedades visibles de las mercancías materializan esa infinitud colocada en ellas?

El primer indicio se le muestra a Benjamin en el enigma de la doble función de los pasajes —funciones que se hacen innecesarias mutuamente—, por un lado, los pasajes eran calles a las que no tenían acceso los vehículos. No sólo ofrecían refugio frente al ajetreo del tráfico, sino además gracias a su techumbre también daban protección frente a las inclemencias del tiempo. Ofrecían a los consumidores que



callejaban por ellos más tiempo y tranquilidad para la contemplación de las mercancías expuestas y puestas a la venta. La concentración en un sólo lugar de las “tiendas especializadas”<sup>60</sup> más diversas estaba al servicio de aumentar la venta; los paseantes podían adquirir diferentes mercancías en mucho menos tiempo que en la forma tradicional de presentar las mercancías<sup>61</sup>. Los pasajes ofrecen un doble ahorro de tiempo<sup>62</sup>. En ellos se hace visible una nueva existencia económica. La potenciación de la ganancia de tiempo es la expresión y la imagen material del individuo contemporáneo, de los rentistas que han convertido sus haciendas en dinero y especulan con él en bolsa. En vez de tener que trabajar, hacen trabajar a su dinero. Ociosidad y economía financiera se condicionan mutuamente.

Esta combinación de fenómenos literarios —entre los que se cuenta el paseante ocioso— con avances en el desarrollo del sistema económico —en París se impuso la separación del valor del dinero respecto al precio del oro— contrasta singularmente con la experiencia de que la actividad en la economía financiera ya en el París del siglo XIX, aunque con tanta más razón en los mercados de hoy, posee una vertiginosidad y un ajetreo difíciles de superar. ¿Qué significación posee para la forma de sentir la vida de la época la mayor ganancia de tiempo que se hace perceptible para Benjamin en el carácter social del paseante ocioso y en su documentación literaria? ¿De qué manera transforma la aceleración de los procesos de trabajo y acción las estructuras temporales y la experiencia del tiempo, ya sea a través del aumento de la eficacia en el trabajo gracias a la técnica, ya sea a través de la racionalización de la organización? ¿Cuál es la razón de que la posibilidad de poder resolver cosas de modo más rápido y de ahorrar tiempo produzca por ello la sensación de falta de tiempo<sup>63</sup> y cómo encaja esto con el aburrimiento y la ociosidad de los rentistas en

---

<sup>60</sup> En Alemania antes se entendía por “comercio al por menor” los negocios que ponían a la venta un determinado tipo de productos. Hoy se designan con ese término todos los lugares de distribución que se dirigen al consumidor final, por tanto también los supermercados gigantes.

<sup>61</sup> V 45, 87 [A3, 5]. Los pasajes fueron los antecesores de los grandes almacenes. Dado que concentraban en un lugar las más diversas tiendas de productos singulares, era sólo un pequeño paso el que había que dar para lo que después sería la oferta universal en una sola mano.

<sup>62</sup> V 108 [A12, 1].

<sup>63</sup> Ver Hartmut ROSA, *Beschleunigung. Die Veränderungen der Zeitstrukturen in der Moderne*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2005. Su hipótesis conductora reza así: con la aceleración técnica y el aumento del ritmo de vida está asociada una reducción de los recursos de tiempo (pág. 120). Para ello necesita complejas operaciones sobre qué puede ser la aceleración y cómo podría ser medida (sobre todo a partir de la pág. 195). Con la elaboración pormenorizada de esta doble cuestión consigue elevar el concepto de aceleración por encima del lamento que habitualmente encontramos en el pesimismo cultural y los diagnósticos de época.

las metrópolis del capitalismo emergente? Para responder a esa pregunta es preciso seguir una segunda pista en el montaje de citas de la *Obra de los Pasajes*.

Esa segunda pista conecta con el fenómeno de la moda: en los objetos de moda la apariencia estética ha triunfado en buena medida sobre el valor de uso —pero en principio sólo como apariencia estética, que no debe ser identificada con la caracterización de algo como mercancía. El ser mercancía de las cosas es más que su apariencia estética. A la luz de las consideraciones en el apartado 1.1 podríamos definir la estetización, es decir, la autonomización de la fantasmagoría, de la apariencia de las cosas, como un catalizador necesario para su conversión en mercancías. El carácter de mercancía de las cosas no se limita al plano estético de la apariencia bella y seductora, que permanecería exterior al plano económico, sino que es algo en las cosas que no les es exterior y que es absolutizado en la empatización con la mercancía. Se puede decir que la autonomización de la apariencia es un fenómeno de transición en el surgimiento del carácter de mercancía de las cosas. La apariencia estética se potencia al hacerse acompañar de la apariencia de su autonomización, pero en realidad permanece vinculada a las cosas, por lo menos en el sentido de que actúa retroactivamente sobre ellas y condiciona su ser mercancías. Del mismo modo que la circulación del dinero y el comercio bursátil siempre estuvo vinculado con un determinado ambiente, así mismo podemos percibir en las mercancías que es preciso pagar dinero para poseerlas. No se espera recibirlas regaladas. A las mercancías que pueden pasar a estar en propiedad hay que poder reconocerles su ser mercancías —tal como lo reflejaba la tesis formulada con ayuda de Benjamin sobre la perceptibilidad de las mercancías y de su circulación. Éstas poseen rasgos perceptibles que las convierten en mercancías. Esas características se pueden describir mediante la especificación de la estructura temporal propia en la que están insertas y que es legible en ellas. Lo cual significa que las mercancías están sometidas a los cambios de la moda; pueden ser percibidas porque están a la moda. Y han desaparecido del mercado porque están anticuadas.

El concepto de moda en la *Obra de los Pasajes* de Benjamin designa un fenómeno universal y no puede ser limitado a mercados específicos de prendas de vestir femeninas en un determinado segmento de precios. La moda es el fenómeno que dio nombre a la época; lo universal de la modernidad se hace legible en el cambio de modas. Se puede interpretar como un signo de los tiempos en el sentido especificado más arriba de que provoca la toma de postura moral por parte de los seres

humanos y da información a los que buscan el Reino de Dios sobre la época y las condiciones sociales bajo las que lo hacen.

Pero el procedimiento micrológico de Bejamin permite percibir referencias a la totalidad en lo más pequeño y sencillo, en lo marginal y exterior. El comercio de prendas de vestir femeninas puede ser considerado como *pars pro toto*. Se trata de un segmento de la vida del mercado en el que es especialmente apreciable la tendencia de la totalidad. Los artículos de moda se quedan anticuados en el momento en el que son usados. Si durante la temporada son objeto de deseo, su posesión no ofrece disfrute, satisfacción y mucho menos plenificación, sino un renovado deseo que se adhiere a algo que es considerado como nuevo. La moda está rodeada de una extraña ambivalencia: sólo es apetecible aquello respecto a lo cual uno se encuentra en una relación contemplativa o desiderativa. Su cercanía y presencia desengañan. La reacción de las personas a ese desengaño no consiste en apartarse de las cosas consideradas de moda y, a continuación, volver a valorar y recompensar los valores de uso, su funcionalidad, durabilidad y buen acabado, sino en volver lo más rápidamente posible a la relación empatizadora y desiderativa con las mercancías —un indicio para la estabilidad del carácter de mercancía de la ciudad.

Un tercer indicio conecta con el cambio de los expositores y escaparates en los que son expuestas las mercancías y ofrecidas a la contemplación de los consumidores. Este cambio es un índice del ritmo temporal de las modas. Son mercancías aquellas cosas que están insertas en ese ritmo temporal; su comienzo y final está determinado por ese ritmo temporal. Dicho ritmo es independiente de los procesos bioquímicos de descomposición de las materias, que están a la base de las mercancías o, en su caso, a las que está adherido el carácter de la mercancía. Esa diversificación se hace patente en la obsolescencia de las cosas. Que algo se vuelva anticuado y deje con ello de tener valor no tiene nada que ver con que se haya gastado por el uso, es decir, con que se haya vuelto inservible, de modo que tenga que ser sustituido por otro ejemplar del mismo tipo de objetos. Ciertamente se podría opinar que los cambios de moda tienen un referente diferente a los procesos de descomposición bioquímica de las cosas. Si nos fijamos en el ejemplo de las prendas de vestir para señora, parece que el referente es el cambio de temporada. La moda de verano está sujeta a determinadas temperaturas, el cambio de las estaciones marca el cambio de las modas; con un cierto periodo de puesta en marcha la nueva moda se vuelve actual. Sin embargo, también aquí se produce una gradual emancipación de las condiciones naturales del cambio de temperatura condicionado por

las estaciones. Hace tiempo que tenemos a la vista la moda para el viaje navideño a zonas subtropicales; los dulces navideños se ofrecen en el mercado semanas antes de las fechas de la fiesta, de modo que cuando ésta llega, el grado de saturación es tal que para motivar al disfrute de dulces navideños resulta irrelevante algo diferente a los artículos de carnaval. El indicio decisivo para la diversificación de las diferentes estructuras temporales y ritmos de movimiento es la experiencia de la novedad de los productos. Es muy infrecuente que sea novedoso un producto en razón de que muestra un nuevo valor de uso —del mismo modo que la difusión masiva de los PCs posibilitaron un nuevo uso —si no en lo básico, sí al menos gradual— frente a la máquina de escribir. Tampoco es novedoso el diseño —la cantidad de formas es limitada y se repite en determinados intervalos. Lo nuevo de la moda no es nada objetivo. Su vivencia se debe a la falta de memoria del público. Esa falta de memoria es una reacción de defensa del sensorio humano frente al cambio de las modas. La sensación de novedad sólo se produce cuando la velocidad del volumen de mercancías es más alto que la capacidad media de percepción de la velocidad. Dado que la capacidad humana de percepción tiene plasticidad y puede evolucionar, se hace necesario un aumento permanente de la velocidad de cambio; su separación del marco de condiciones naturales es el requisito para que se puedan producir constantes vivencias de novedad en las personas.

Por un lado, hemos alcanzado con esto un punto teóricamente relevante: el movimiento de cambio de las secuencias de acciones en el mercado se vuelve reflexivo, es decir, si se acelera el movimiento, el movimiento se mueve, se transforma el ritmo de transformación. Por otro lado, en casi todos los ámbitos de la vida, las personas tienen experiencias que pueden ser descritas con la palabra clave “aceleración”; esa palabra ha alcanzado un alto grado de universalidad empírica; por medio de ella se pueden agrupar fenómenos muy diversos. Esa diversidad debe ser tomada en cuenta si es que ha de explicar y hacer conscientes las experiencias de las personas; esto sólo lo puede hacer cuando es cierta, es decir, cuando es adecuada a la realidad y las experiencias no están meramente al servicio del concepto teórico y lo ejemplifican o el concepto se explica mediante fantasías literarias. Al mismo tiempo, también es verdad que lo uno no se puede explicar sin lo otro —como la ciudad tampoco puede ser descrita sin tener en cuenta su ubicación comunicacional en cuanto centro del comercio. La conexión de estos dos fenómenos tan diferentes como la reducción de los intervalos del cambio de modas y las aceleración de la

velocidad de los medios de transporte sólo puede ser clarificada y entendida con un concepto teóricamente exigente de aceleración.

El consumidor sólo puede reaccionar a esa aceleración del cambio con una forma de pérdida de memoria y conciencia, que es por su parte la condición de posibilidad de que en el mercado pueda aparecer algo nuevo de manera ininterrumpida, algo que debe su novedad a la falta de memoria del público. El aumento de la velocidad de movimiento de la venta de mercancías en los *magazines nouvelles* conduce a un retorno permanente de lo nuevo —tal como condensa Benjamin en una variación genial de la conocida expresión de Nietzsche<sup>64</sup>. Si el paseante ocioso hacía suyo ese embotamiento de sus sentidos cuando se entregaba a los escaparates, ese efecto sobre su capacidad sensorial aumenta cuando él mismo se mueve por la ciudad, no se dejar forzar por las sacudidas de los vehículos a reacciones inconscientes de defensa, sino que utiliza personalmente medios de transporte y cambia los lugares de la ciudad con la misma velocidad como las mercancías y las modas aparecen en los escaparates y desaparecen de golpe en la nada<sup>65</sup>.

## 2.2 El eterno retorno y la duración infinita del mundo

Los tres indicios anteriores llevan a la pregunta por aquello en las cosas que mueve a los seres humanos a reorganizar su sensorialidad<sup>66</sup>. ¿Qué es lo que acelera la obso-

<sup>64</sup> En la producción en masa se hace visible por primera vez el retorno de lo siempre igual —esta idea introduce el teorema de Nietzsche en el desarrollo del concepto de la mercancía (I 662 <9>; 672 <22>, 680 <32>). Sobre esto ver también José A. ZAMORA, *Krise – Kritik – Erinnerung. Ein politisch-theologischer Versuch über das Denken Adornos im Horizont der Krise der Moderne*, Münster: LIT 1994, pág. 284s.

<sup>65</sup> La universalidad de la mercancía implica que todo se puede convertir en mercancía, esto es, primero que puede ser tratada como mercancía y reducida a su valor abstracto. Esta exageración propia del pesimismo cultural necesita de experiencias comunicables que confirmen la conversión en mercancía del hombre o la relativicen considerándola una mera sensación literaria o la exaltación de una impresión. La utilización de los medios de transporte y la tendencia comprobable estadísticamente a una movilidad cada vez mayor de los habitantes de la ciudad representan un eslabón intermedio de ese tipo. Es evidente que la velocidad circulatoria consumada posee efectos sobre lo que puede ser percibido o recordado —hasta el punto que el sensorio se transforma, ya sea a través de la habituación o por medio de dispositivos técnicos (“prolongaciones de las extremidades” —Gehlen).

<sup>66</sup> La capacidad sensorial de los seres humanos se actualiza a la medida de su objeto en cada caso. Dado que el ser humano percibe una pluralidad de cosas y personas, esa capacidad se encuentra constantemente en transformación. De esa capacidad de la sensorialidad de adaptarse en general a los objetos habría que diferenciar aquella que reacciona al aumento exponencial del número de objetos en un lugar concreto en un tiempo determinado. En relación con esta segunda capacidad resultan oportunas de nuevo otras dos diferenciaciones. 1. Podría tratarse de fenómenos de inabarcabilidad que poseen relevancia existencial o no. A partir de un cierto número, unos pájaros en vuelo no son, sin más, visibles. Tampoco tienen por qué serlo. El observador puede contentarse con la formación del colectivo singular “bandada de pájaros”. Otra cosa sería con una manada de elefan-

lescencia de las cosas? Al pesimista cultural de sensibilidad premoderna las tres observaciones anteriores le podrían servir de indicio de la caducidad de la modernidad: si los hombres se orientan hacia las cosas efímeras y pasajeras, entonces la época que se constituye a través de la experiencia de un devenir y desaparecer acelerado está ella misma entregada a una rápida decadencia —un pronóstico que no se ha confirmado en absoluto. Su error no consiste tanto en el rechazo moral o religioso de la aceleración del cambio, sino en la equivocada comprensión de la realidad en su totalidad, que le permitía sentirse seguro de la existencia de valores eternos y engañarse sobre la permanencia e irreversibilidad del cambio.

Ese error de la reacción a la Modernidad consistía en no reconocer su temporalidad específica. La vertiginosidad era para ella la prueba del derrumbamiento y de la inestabilidad. Pasó por alto la posibilidad de que en la perdurabilidad del cambio se realizara históricamente una nueva forma de “eternidad”. Cuando todo se encuentra atrapado en el devenir y desaparecer y nada queda, existe entonces por lo menos un *totum universale*, esto es, el devenir y desaparecer. Los fenómenos de cambio acelerado y de diversificación de los ritmos temporales sólo pueden ser comprendidos cuando se da cuenta de una concepción del tiempo según la cual éste transcurre de manera lineal, abstracta e infinita. Esta concepción del tiempo es un concepto posible del tiempo que puede ser pensado de manera no contradictoria siempre que ese pensar el tiempo sea consciente de sus propios límites y no confunda el contenido del concepto puro con su realidad. Sin embargo, esta idea del tiempo afecta a algo en las cosas; no permanece exterior a ellas<sup>67</sup>, sino que refleja una característica de su realidad que en determinadas situaciones sociales y formas de praxis humana puede ser determinante para el ser de las cosas.

### 2.2.1 *La cuestión de la duración temporal del mundo y la conciencia interna del tiempo*

tes que se aproxima al observador y lo amenaza. La resignación ante la inabarcabilidad y la ilusión de una distancia puede tener consecuencias mortales. Los peligros nacen no sólo de entidades naturales sino también de los productos de la creación humana; la manada de elefantes puede consistir en un número mayor de coches circulando a gran velocidad. La percepción de un peligro así causado objetivamente por seres humanos plantea otras exigencias a la percepción de los afectados por él. Si la percepción de un peligro dado naturalmente es relevante moralmente en el sentido de que sólo es adecuada si conduce a acciones, entonces sólo es adecuada una percepción de un peligro producido por los hombres, cuando conduce a aquellas acciones que cierran la puerta de raíz a la amenaza. Ver Ottmar JOHN, “Die Tradition der Unterdrückten als Leitthema einer theologischen Hermeneutik”, en *Concilium* 23 (1988) H.6, págs. 519-526.

<sup>67</sup> El tiempo no es un recipiente vacío, en el que, por algún tiempo, infinitas cosas son colocadas por el creador. Ver más adelante al respecto las consideraciones sobre las ideas del tiempo posteriores a Newton.

Si el mundo tiene una duración ilimitada o un principio y un final es algo que la razón humana no puede dirimir. De un lado, la razón no puede poner fin a la serie de instantes singulares. La pregunta por aquello que viene después del final, resulta ineludible —y por ello, bajo las condiciones de una sucesión lineal del tiempo, es falsa la afirmación de un instante final, de una última partícula de tiempo. De otro lado, la serie infinita de partículas de tiempo significa que cada una de ellas se vuelve tanto más insignificante cuanto más tiempo dura el mundo y más pasa el tiempo. Cuanto mayor es el denominador, tanto más pequeño el valor del número. La idea de una serie temporal infinita necesita para su realización de un *quantum* de tiempo, tanto más si esa realización requiere de un sustrato neurológico y sólo puede ser llevada a cabo como acto de un individuo humano. Por tanto, con el transcurrir del tiempo la conciencia de la infinitud de la serie temporal se vuelve tendencialmente irrelevante. La idea de una duración infinita del mundo se invalida a sí misma —pero dado que obviamente es pensada y que la reflexión sobre la sucesión de conocimientos singulares tiene como resultado la idea de la ineludibilidad del conocimiento, el mundo ha de poseer una duración infinita y tener un principio y un final. Ambas tesis para pensar la totalidad del tiempo se encuentran en una contradicción que no puede ser resuelta.

Sin embargo, esa contradicción afecta sólo a una idea atomística del tiempo, para la que el tiempo posee una realidad objetiva y está compuesto de fracciones elementales indivisibles. Por qué razón el tiempo habría de ser extensivo e infinito —la imposición de esta idea se basa en la noción de que una partícula de tiempo termina y otra nueva comienza. Cuando el tiempo es pensado de esa manera como extensivo e infinito, entonces también tiene que ser pensado como intensivo e infinito. Nada puede impedir a la razón dividir infinitamente las fracciones de tiempo. No sólo es imposible nombrar una última fracción de tiempo, tampoco puede ser identificada ninguna como la unidad de la línea numérica del tiempo y diferenciada del resto en relación a su extensión temporal —con lo que un concepto del tiempo como serie infinita de instantes o fracciones de tiempo indistinguibles se invalida a sí misma. Por tanto, la conciencia que, en la reflexión de los conocimientos singulares y temporalmente diferenciables, se ve empujada a realizar una síntesis de la serie infinita, no puede entregarse también a sí misma a una carencia tendencial de significación a través de la serie infinita.

Ya la apercepción transcendental kantiana del “yo pienso”, como condición de posibilidad de la forma de la intuición del tiempo, esto es, del sentido interno, y la

fenomenología de Husserl de la conciencia interna del tiempo partían de que la conciencia está dada a sí misma: todo acto de pensar realizado, cuya realidad implica una cierta extensión temporal, presupone una unidad originaria. Pero esa unidad no puede ser una unidad temporal, pues ese instante o fracción de tiempo sería nuevamente un fragmento en las coordenadas del tiempo, y en cuanto tal no sería identificable —ni como unidad ni como adición limitable, que, por un lado, debería estar compuesta de infinitos fragmentos pequeños de tiempo y cuyos límites, por otro lado, no pueden ser explicados porque serían a su vez partículas de tiempo. Estos problemas con el concepto de una serie temporal objetiva e infinita, constituida por unidades indivisibles, fueron el motivo de que los escolásticos dedujeran directamente la eternidad de Dios<sup>68</sup>. Una conclusión de este tipo no tiene más plausibilidad que la prueba de la existencia de Dios basada en la contingencia: no todo puede ser contingente. Pues si todo fuera contingente, el ser contingente no podría ser conocido en cuanto tal de manera segura. Así pues —según la conclusión de la prueba basada en la contingencia— debe haber una existencia necesaria. Pues bien, esta conclusión no es en absoluto plausible: para poder conocer un ser contingente en cuanto tal, tiene que *pensarse* un ser necesario. Esta idea de un ser necesario implica su realidad<sup>69</sup>, sí pero esta no es en principio nada más que una realidad pensada<sup>70</sup>. La idea no puede sustituir en ningún caso a las intuiciones y las experiencias de la existencia del ser necesario. Esa idea es pues la mediación entre experiencias de una realidad que es consciente de su contingencia y la existencia de un Dios, cuyo ser, vida y actuación no es contingente, sino necesaria *per se* —independientemente de cómo se entienda esto en concreto. En consecuencia, el problema de poder comprender el tiempo en cuanto tal como una serie objetiva compuesta a partir de una sucesión de instantes, obliga a una idea del tiempo que ha de cumplir dos condiciones: primero, para ella el tiempo puede ser conciencia misma —esto es así en la diferenciación kantiana del sentido interno y externo, por la

<sup>68</sup> Sobre el modelo tomista de contraposición dual entre tiempo y eternidad, ver Ulrich LÜKE, „Als Anfang schuf Gott...“ *Biotheologie. Zeit – Evolution – Hominisation*, Paderbronn: Schöningh, 1997, pág. 76.

<sup>69</sup> Para la reconstrucción de la crítica kantiana del concepto de *ens necessarium* desde la perspectiva de Schelling y sobre la mediación de la diferencia entre *ens necessarium* y *ens perfectissimum* que supone un avance en esta cuestión, ver Frank MEIER, *Transzendenz der Vernunft und Wirklichkeit Gottes. Eine Untersuchung zur Philosophischen Gotteslehre in F.W.J.Schellings Spätphilosophie*, Regensburg: Pustet, 2004, págs. 126-139.

<sup>70</sup> La aclaración del estatus de la realidad del ser necesario como realidad pensada no excluye en absoluto que esa realidad también exista fuera del pensamiento, pero ésta no está suficientemente probada incluso en el caso de que sea necesario el pensamiento del ser necesario mismo.



cual el tiempo es el sentido interno y en principio no consiste en nada más que en la percepción que tiene un hombre de la actividad de su entendimiento<sup>71</sup>. Éste sabe de sí mismo que añade un conocimiento al siguiente y así la realidad no puede aparecer de otra manera que como dilatada en el tiempo. Segundo, para él, el tiempo no puede estar compuesto de una cantidad infinita de partículas finitas de tiempo. La concepción de la conciencia como un fluir originariamente ilimitado satisface esas exigencias. No es decididamente infinita porque su infinitud se produzca a través de la negación de lo finito, sino porque en cada identificación de los fenómenos finitos no puede conocer límite alguno.

Si la conciencia hace justicia a estas dos exigencias, entonces no puede ser pura actualidad para sí misma. En la idea de tiempo como fluir sin límites la conciencia está completamente consigo misma, porque ella misma es justamente un flujo ilimitado de la conciencia. Si diferenciamos la realidad y la actividad cognitiva y al mismo tiempo las pensamos como dilatadas en el tiempo, entonces el pensamiento se enreda en aporías cuando intenta identificar las condiciones bajo las que puede estar presente a su objeto correspondiente. Todo lo más que puede indicarse es una especie de impreciso pasillo temporal. Pero si el tiempo no es más que un fenómeno de la conciencia y se presenta a sí mismo como un fluir infinito, entonces el tiempo que fluye infinitamente es la condición de la actualidad absoluta. Dado que la conciencia está presente a sí misma por su temporalidad, también puede pensar una diferencia entre sí y otros estados de conciencia que no están presentes, sino que acaban de suceder y han transcurrido en el flujo temporal. Porque recuerda como propios los estados de conciencia que acaban de pasar, puede creerse que ella misma es la fuente del flujo temporal; la conciencia es en sí misma tiempo, no meramente ordenada o estructurada temporalmente, sino origen del tiempo interno: es su propio fluir<sup>72</sup>. El tiempo es una propiedad interna del presente. La conciencia puede estar presente a sí misma porque está dimensionada temporalmente hasta la médula. Al mismo tiempo, el poder-estar-presente a sí misma de la conciencia es la razón por la que el tiempo puede ser entendido como elemento interno del presente. De esta manera puede también explicarse por qué razón la conciencia puede actualizarse —*formaliter*— en cualquier momento, pues todo tiem-

<sup>71</sup> KrV B 68, en Immanuel KANT, *Werkausgabe*, ed. Wilhelm Weischedel, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1982, Vol. 3, pág. 92s.

<sup>72</sup> Edmund HUSSERL, *Texte zur Phänomenologie des inneren Zeitbewusstseins* (1895-1917), ed. por Rudolf Bernet, Hamburg: Meiner, 1985, n° 28; Manfred SOMMER, *Lebenswelt und Zeitbewusstsein*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1990, págs. 175ss.

po conserva para siempre el rasgo de haber sido presente alguna vez. En contraposición con el acontecer pasado, el futuro es no-tiempo —en principio no se puede saber nada de él, a no ser que se fantasee algo, y aquellos elementos de ese fantaseo que se hacen presentes, resultan ser lo que se ha sabido del futuro —lo que evidentemente sólo se puede indicar una vez que el futuro se ha convertido en presente.

Pero, ¿qué significación tiene esa introspección de la conciencia para la realidad exterior a ella? ¿Cómo puede entenderse mejor con ese tiempo infinito de la conciencia el orden temporal de aquella realidad que no es consciente de sí misma? ¿Qué aporta un concepto tal del tiempo infinito de la conciencia a la clarificación de la estructura temporal de las cosas dominadas por su carácter de mercancía? Al comienzo del apartado 2.2 se hablaba de una concepción de la infinitud para la que no existe contradicción entre infinitud y caducidad, pues la infinitud se alimenta del devenir y extinguirse, del surgir y desaparecer las cosas; la condición de posibilidad de esto es que todo lo que existe es efímero y existe y sólo puede existir bajo la limitación temporal. Cuando —por las razones que sean— el devenir y perecer de la definición aristotélica de movimiento se establece de manera absoluta, entonces ese movimiento es infinito. En cuanto compuesto de elementos individuales, esa infinitud no podría ser resultado de una inducción. ¿Se trata entonces de la proyección a una realidad exterior de una comprensión del tiempo inmanente a la conciencia? ¿O es un modelo que ayuda a comprender mejor la realidad que permanece exterior a la conciencia? —un modelo que se produce a través de la clarificación de la conciencia sobre sí misma y, por un lado, posibilita en general el conocimiento de la realidad —por tanto aporta algo nuevo positivo a la comprensión de la realidad—, pero, por otro lado, también condiciona el acceso del ser humano a la realidad —por tanto limita las posibilidades de acceso a la realidad.

### 2.2.2 *Conciencia interior del tiempo y retorno infinito*

La respuesta a esta pregunta sólo puede darse si se determina la relación entre conciencia y realidad. Para ello la lógica ofrece dos posibilidades. La primera, que puede caracterizarse como proyección, consiste en presuponer una relación directa entre la actividad de la razón y la realidad. En esa inmediatez, la realidad de la razón y la racionalidad de la realidad coinciden. Si la razón se establece a sí misma como real o se deduce a partir de la naturaleza resulta indecidible. Pues no puede existir nada fuera de esa inmediatez que limite la totalidad de esa relación. La segunda posibilidad de pensar la relación entre razón y realidad consiste en presuponer una

mediación necesaria en razón de su diferencia categorial. En las reflexiones que siguen a continuación, se mostrará la plausibilidad de la mediación de la diferencia entre razón y realidad.

Las estructuras temporales del ser mercancía de las cosas pueden ser clarificadas por medio del modelo de la conciencia interna del tiempo, pero las cosas no se agotan en esa infinitud —abstracta—, que sólo es pensable bajo la condición de negar su singularidad. Las cosas no quedan completamente subsumidas en esa infinitud, incluso aunque los límites de su existencia temporal parecen ser universales —sigue existiendo el problema de explicar el *factum* de su existencia pasada. Por eso, la mediación de la diferencia se llevará a cabo desde el punto de vista metodológico por medio de la crítica de la inmediatez de la razón en cuanto realidad.

En razón del hecho de que todas las intuiciones y los conceptos, todas las relaciones y modalidades del tiempo, pueden ser deducidas de fenómenos de la conciencia, Husserl concibió la conciencia misma como fuente del flujo no estructurado e ilimitado, esto es, negativamente infinito, del tiempo<sup>73</sup>. En una lectura constructivista extrema, en la que en absoluto se agota la fenomenología de la conciencia interna del tiempo de Husserl, el mundo objetivo y la naturaleza están indeterminados y, por tanto, abiertos a todas las determinaciones que el espíritu humano les asigne. Lo decisivo no es aquello que las cosas son en sí —en el sentido de un empirismo ingenuo—, sino cómo nos las pensamos. Hablar de finitud o infinitud del tiempo puede ser descifrado en cierta medida como acto arbitrario de la razón humana —su contraposición sólo puede ser resuelta y disuelta en ese yo (*Selbst*).

La forma teórica extrema de disolución de la contraposición entre tiempo finito e infinito es el movimiento circular del infinito retorno de lo mismo<sup>74</sup>. Para explicar esta tesis hay que referirse de nuevo a aquella capacidad de la conciencia para actualizarse estados de conciencia pasados en forma de recuerdo. Libre de toda singularidad material, la conciencia puede identificarse con un estado de sí misma ocurrido hace tiempo. Esto es posible gracias al primado del presente que desde sí pone en marcha el flujo del tiempo. Sólo fluye en el tiempo aquello de lo que cons-

<sup>73</sup> Esto es, como devenir absoluto (E. HUSSERL, *Zeitbewusstseins*, n° 44, 4).

<sup>74</sup> V 173-178 documenta que Benjamin se ha ocupado con la idea más abisal de Nietzsche y con algunos de sus intérpretes, sobre todo K. Löwith. La conexión decisiva, esto es, que con la ayuda de esta estructura temporal pueda comprenderse el carácter de la mercancía, es para Benjamin la complementariedad del eterno retorno y el progreso infinito (V 178 [D10a,5]), ver al respecto J. A. ZAMORA, *Krise*, pág. 72-74; Christoph Lienkamp, *Messianische Ursprungsdiagnostik. Die Bedeutung Walter Benjamins für Theologie und Religionsphilosophie*, Freiburg: IKO, 1996, págs. 105ss.

cientemente es sustraído el presente, por ejemplo por un decaimiento de la atención y un desvanecimiento de sus contenidos. Pero, dado que el estado de conciencia pasado sólo es pensable como el estado expulsado del presente, es decir, de la conciencia, puede ser recuperado en cualquier momento en la conciencia. Al hacerse consciente como pasado, ese estado de la conciencia pretérito se vuelve por ello nuevamente presente. Esta estructura es reproducida exactamente por el movimiento circular. El decaimiento de la atención en relación a algo produce ese movimiento circular, que justo entonces vuelve a conducir a su origen cuando ese algo es pensado como ocurrido alguna vez.

El presupuesto de esta interpretación de la infinitud del flujo de la conciencia con el movimiento circular infinito es el carácter completamente abstracto de la conciencia. La presencia de un pensamiento sería idéntico con su haber-sido-pensado ya una vez, si el contenido sólo juega un papel ciertamente necesario, pero derivado y subalterno —juega un papel necesario porque si no, cualquier estado de la conciencia sería idéntico a cualquier otro, es decir, no se produciría en absoluto el movimiento circular. La conciencia que sólo está remitida a sí misma y que no es otra cosa que la forma de su reflexividad, puede adoptar estados indistinguibles. Y ese contenido está expuesto —en la autopercepción efectiva de los sujetos— a perderse o a ser falsificado por su reiterado volverse consciente<sup>75</sup>. El movimiento circular del flujo de la conciencia permite pensar el papel del contenido como intercambiable y arbitrario, aun cuando no pueda faltar completamente.

El eterno retorno de lo mismo es, por un lado, la lógica del flujo de la conciencia. Bajo la condición de abstraer de la sensorialidad hasta la arbitrariedad y la función meramente ilustradora de los contenidos, la conciencia puede hacer presente cualquier estado pasado. Asimismo, para Benjamin, el eterno retorno de lo mismo capta el movimiento circular del capital y de la mercancía. Bajo el primado del carácter de mercancía de las cosas, su constitución material y su utilidad para la vida de las personas son irrelevantes e indiferentes para su valor de cambio. La singularidad de las cosas no es más que el material intercambiable que sirve de soporte al precio, que es lo único que promete riqueza. Benjamin transforma el “pensamiento abisal” de Nietzsche en un pequeño pero importante detalle: lo reformula en el eterno retorno de lo *nuevo*. De esta manera integra la experiencia de los consumi-

<sup>75</sup> Aquí enlaza la distinción que hace Husserl entre pasado reciente y lejano: lo que ha sido desplazado en la lejanía del tiempo ha desaparecido por lo que se refiere a su contenido. Sólo lo que ha pasado recientemente puede volver a ser presente en su unidad de forma y contenido. Ver al respecto E. Husserl, *Zeitbewusstsein*, n° 25, 26.

dores de divisar en la moda algo en cada caso completamente nuevo, que —al esforzar la memoria y al examinarlo con más precisión— se revela como lo que ya existió alguna vez hace tiempo. Su novedad es, por un lado, apariencia, se debe a la falta de memoria del público y puede ser desenmascarada por medio de una mirada material-ontológica como un engaño. Por otro lado, sin embargo, se trata de un *auto*-engaño: la falta de memoria no tiene por qué ser denunciada como un déficit caracteriológico o intelectual, sino que también puede ser valorada como una ganancia —como una ganancia de concentración en el presente y de capacidad de poder vivenciar las cosas justo del mismo modo como la primera vez que aparecieron en el mercado. La sensación de novedad forma parte del retorno. Desde la perspectiva del valor de uso puede tratarse de un engaño. Desde la perspectiva de la vivencia, cuyo acontecer no está ligado con realidades materiales y al que le puede corresponder el carácter de mercancía mismo, es auténtico<sup>76</sup>. El autoengaño que se eleva por encima de aquello sobre lo que se engaña, ya no es un engaño, sino la escenificación de un acontecimiento. Esa escenificación puede ser criticada en razón de su autonomía como estética y fantasmagórica y, en ese sentido, definida ontológica y empíricamente. Pero también puede ser entendida como una realidad hecha y construida por los sujetos implicados y ser querida como tal. El sentido de un acontecimiento no consiste entonces en satisfacer una realidad exterior a él, sino en él mismo.

La interpretación de carácter de mercancía por medio de la fenomenología de la conciencia interna del tiempo puede mostrar hasta qué punto la vida del mercado puede separarse de la realidad dada y llevar hasta realizaciones artificiales propias. A la luz de la conciencia cotidiana y sus representaciones de la realidad se puede experimentar la estructura temporal del eterno retorno como un rasgo que le es

---

<sup>76</sup> Para el “empírico”, que parte de la experiencia efectiva y considera una sensación cualitativa como un dato para la confirmación o refutación de un pensamiento, el modelo de *eterno* retorno de lo mismo es un instrumento (auto-)crítico. Se da cuenta que la sensación de novedad es la repetición de algo parecido, porque ha eliminado la diferencia cualitativa y temporal de las cosas. Todo lo que es ensalzado como nuevo tiene algún antecesor con el que está vinculado por una relación de semejanza. Si no hay nada en la circulación de mercancías que se pueda diferenciar de otra cosa de manera radical, entonces para él la aplicación del teorema del eterno retorno de lo nuevo es la prueba en relación a si puede apelar con razón a una realidad que no está integrada en la circulación de mercancías tal como insinúa el concepto de “mundo de vida” en el último Husserl y en Habermas. Por otro lado, ese instrumento no es inofensivo; pues es al mismo tiempo el medio de pensar del consumidor de mercancías, que siente como nuevo todo aquello que puede adquirir con dinero, pues sus sensaciones se han emancipado de las experiencias de las diferencias de contenido, esto es, están reducidas al puro “que” (*Das*) de su acontecer. Son tan nuevas como único es el todo del acontecer circular.

impuesto a las cosas desde fuera y que pueden quitarse fácilmente de encima como si fuera una vestidura pesada. El carácter de mercancía sería entonces simplemente un añadido a las cosas a través de un trato humano específico con ellas. Con la teoría del tiempo de Husserl se hace evidente lo que es “añadido” y por qué hablar de un añadido es demasiado débil y confunde sobre el ser mercancía de las cosas más que clarificarlo. En cuanto punto de fuga, las mercancías serían construcciones de una conciencia que para sí misma es independiente de la realidad exterior e infinita. Del mismo modo que la conciencia es la fuente del flujo infinito del tiempo, así mismo es la fuente de la estructura temporal de la eterna novedad de las mercancías en el ciclo de la autorrealización del capital. Esa estructura temporal es la base de que el carácter de mercancía pueda dominar, cambiar e incluso desfigurar su sustrato objetivo. Dar una nueva forma a algo era en terminología escolástica la expresión para proporcionar una nueva realidad a ese algo. Pero la condición para eso es que las autodeterminaciones abstractas y los conceptos vacíos de la conciencia se produzcan como realidad propia. Entonces su formalismo acabado no necesita la referencia a la materia o la realidad. Se basta a sí mismo. El presupuesto de esto es esa realidad de la razón, pues sólo así puede establecer lo pensado como real sin tener que limitar la determinación de la realidad respecto a su condicionamiento material. Sin éste no se podría hablar de la infinitud de la circulación del capital. Inmediatamente se haría evidente que se trata de una exageración o una irreflexión y que debe ser rechazada.

### 2.2.3 *Crítica de la concepción de la conciencia interna del tiempo*

Una conciencia que se establece a sí misma como realidad posee una relación directa con la realidad. Si existe algo fuera de ella, carece de relevancia para su constitución. Tal culminación de la filosofía de la conciencia<sup>77</sup> pretende alcanzar la mayor plausibilidad a través de la consideración y la valoración sistemática de reflexión fundamental de la filosofía trascendental, esto es, que toda afirmación sobre la realidad es afirmación de una razón y, por tanto, no son posibles las afirmaciones más allá de la referencia de la razón a la realidad a través de la razón —tal como muestra la reflexión límite de Kant sobre la cosa en sí<sup>78</sup>. Las afirmaciones sobre la realidad presuponen siempre una facultad con la que los hombres hacen esas afirmaciones. La conclusión inversa toma prestada injustificadamente de esa evidencia

<sup>77</sup> Georg RÖMPP, *Husserls Phänomenologie. Eine Einführung*, Wiesbaden: Matrix, 2005.

<sup>78</sup> KrV B 45, *Werkausgabe* 3, pág. 77s.

del presupuesto transcendental del conocimiento de la realidad su fuerza de convicción: todo lo que la conciencia piensa como necesariamente existente, tiene de este modo existencia, al menos en el hecho de que es pensado. Reclama la apariencia de una *realitas in mente*. Sin embargo, esta reclamación de una existencia la ha desenmascarado Kant como negligencia de la razón y la ha sometido a crítica en su crítica de las pruebas de la existencia de Dios. De mismo modo que no es posible deducir la existencia de Dios a partir de la experiencia de la contingencia<sup>79</sup>, también es imposible deducir una conciencia que existe en sí y para sí, que se basta a sí misma. Pero si ha sido desvelado como *hybris* de la razón deducir a partir de la realidad pensada necesariamente la percepción de esa realidad, entonces también lo es deducir a partir de la autopresencia de la conciencia, bajo la condición de su completo carácter abstracto, la realidad de su cumplimiento.

Con todo, la plena autopresencia de la conciencia no es un pensamiento superfluo. Es la condición para que la diferencia temporal pueda convertirse en cuanto tal en un problema, porque se ha convertido en un problema para una conciencia que abstrae de todo tiempo objetivo<sup>80</sup>. Poder pensarla —como problema— es por otra parte el presupuesto para prestarle atención en absoluto y para poder reparar en ella. Pero esa función de presupuesto sólo la tiene el pensamiento cuando en sí mismo no nombra ninguna realidad, sino que sólo puede obtener esa realidad de su autopresencia en lo contrario de su propio carácter abstracto. El precio de su universalidad es la no-realidad. Para ser real él mismo, el pensamiento universal tiene que entrar en contacto con cada realidad concreta —con la realidad que no es desde sí mismo, que es concreta y no abstracta, finita y no infinita. Bajo la condición de una simultaneidad ideal es como puede el pensamiento concebir en absoluto como problema la dilatación temporal de la realidad.

El concepto de tiempo como fenómeno inmanente a la conciencia plantea el problema de poder pensar el pasado de un estado de la conciencia recién realizado como pretérito en absoluto; la forma de un puro estar dada a sí misma de la conciencia y su realidad autosuficiente deducida a partir de ahí no ofrecía motivo alguno para plantear la cuestión de por qué sobre todo ha de poder pensarse el pasado en cuanto pasado. La condición para ello es la obligatoriedad de su contenido, que no puede ser intercambiado por otro. Si es un contenido determinado lo que permite que hablemos de una actualización rememorativa, entonces el re-

---

<sup>79</sup> Ver más arriba.

<sup>80</sup> Ver E. HUSSERL, *Zeitbewusstsein*, n° 25ss.

cuerdo está siempre amenazado. El contenido puede debilitarse o desaparecer completamente<sup>81</sup>. Como categoría residual del recuerdo permanece la conciencia de que *algo* fue presente alguna vez, pero que ya no se puede ofrecer ningún tipo de especificación del contenido de ese algo. El límite extremo del recuerdo es la conciencia de no saber de un contenido o de echar de menos algo completamente desconocido.

Si la presencia de la conciencia y la realidad no puede ser nunca absoluta, sino sólo relativa, e incluso sólo puede ser indicada como recorrido temporal, pero no como instante prolongado —pues éste no aparece en la secuencia de fracciones de tiempo—, y si esa diferencia entre conciencia y realidad es insalvable y la conciencia siempre llega demasiado tarde, pero para ser real necesita referirse a la realidad exterior a ella, entonces la conciencia misma es siempre una conciencia dilatada. La presencia pura es ya una condición transcendental de posibilidad de toda percepción de relaciones temporales, tanto más de la idea de tiempo en general. Evidentemente esta sólo puede ser pensada, si la conciencia simultáneamente sabe de la no realidad de su autopresencia. Si considera la posibilidad de poder estar presente a sí misma y de poder pensarse a sí misma y de esta manera ser sujeto y objeto al mismo tiempo, es decir, serlo en el mismo instante, como fundamento de su realidad, entonces no ha pensado el presente de manera suficientemente rigurosa —cae continuamente bajo el hechizo de una existencia finita dilatada temporalmente sin ser consciente de ello. La extensión temporal es el sello de toda realidad creada —pretender evitarla en el mundo especial de una conciencia pura conduce a una amnesia parcial —lo peor que le puede pasar a un fenomenólogo<sup>82</sup>. Sólo puede pensarse un presente estricto si la conciencia se realiza, y esto sólo puede ser en el tiempo. Así pues, la conciencia sólo puede pensarse a sí misma como una conciencia que ha perdido su propia autopresencia —como algo recién pasado, que nunca puede ser alcanzado en el movimiento hacia atrás en las coordenadas del tiempo. La autoconciencia que posee un individuo y sobre la que establece criterios rigurosos de autodación, originalidad e identidad, sólo dispone de sí misma como presupuesto de un acto condicionado fácticamente por el tiempo. Es el instante que siempre ha pasado cuando se lo piensa, y que no puede ser reconstruido especulativamente como un instante de tiempo.

<sup>81</sup> La diferencia entre contenidos abstractos y concretos de la conciencia del tiempo es abordada por Husserl en el n° 29 de *Zeitbewusstsein*.

<sup>82</sup> M. SOMMER, *Lebenswelt*, pág. 119.



Como resultado de la crítica de la inmediatez de pensamiento y ser, conciencia y realidad, propia de la filosofía de la conciencia, podemos decir: sólo aquella razón que puede pensar su autopresencia como presupuesto, pero que no tiene que suponer su realización real cuando piensa, puede desarrollar un concepto riguroso de presencia e identidad. Esa capacidad de un concepto transcendental de razón incluye la necesidad de mediar la realidad de la razón con el estar volcada hacia la realidad.

### 2.3 El carácter de mercancía de las cosas y el tiempo abstracto y vacío

Para la clarificación del carácter de mercancía y de la estructura temporal que hace de una cosa una mercancía, todo esto significa que la posibilidad de determinación de la realidad no es arbitraria o caprichosa, sino objetiva, pero no en el sentido empírico ingenuo. Hay algo de y en las cosas que permite determinarlas con los medios de la conciencia del tiempo. La conciencia del tiempo interno de la conciencia es “modelo” de la realidad. Sirve para ello porque no puede ser real si se retira de la realidad, siendo para sí en el puro estar dada a sí misma, sino sólo al darse a esa realidad. Una comprensión así de la temporalidad objetiva es compatible con las teorías físicas del tiempo. No existe un tiempo en sí, sino sólo el tiempo de las cosas en sistemas de referencia propios<sup>83</sup>. La comprensión teórica de que en dos sistemas distintos que se mueven con velocidades diferentes deben diferenciarse los tiempos y, por tanto, también los procesos de envejecimiento, puede ser valorada como una indicación de la física de que existe algo así como tiempos objetivos propios de las cosas, los sistemas y las personas. Las diferentes sensaciones de velocidad del flujo temporal tienen un punto de apoyo en la realidad, pero no son en absoluto un reflejo puro y simple de los tiempos singulares que difieren entre sí<sup>84</sup>. Por un lado, es posible conocer diferentes compases y órdenes temporales de las cosas. Y entre estos órdenes temporales diferentes se pueden producir conflictos. Al comienzo de la Modernidad se sincronizó el tiempo a escala mundial, un proceso que había comenzado mucho antes con la unificación del calendario<sup>85</sup>. La sincronización global del tiempo puede ser interpretada como la imposición del domi-

<sup>83</sup> Peter MITTELSTAEDT, *Philosophische Probleme der modernen Physik*, Mannheim/Wien/Zürich: Wissenschaftsverlag, 1976, págs. 16-45; 29ss.

<sup>84</sup> Helga NOWOTNY, *Eigenzeit. Entstehung und Strukturierung eines Zeitgefühls*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1993.

<sup>85</sup> Hans MAIER, *Die christliche Zeitrechnung*, Freiburg i.Br.: Herder, 1991.

nio del tiempo generado técnicamente por los relojes<sup>86</sup>. Este dominio socava y destruye tiempos singulares. Sin embargo, con el desvelamiento del conflicto entre los diferentes órdenes y del dominio de un orden sobre otro, no debería perderse de vista que el mismo tiempo generado técnicamente necesita de un sustrato real, de un material, en el que poder inscribirse y realizarse. Ese material tiene que ser apropiado para ello, debe presentar por sí mismo aquellas estructuras que lo hacen apropiado para el uso de sistemas de medida del tiempo sincronizados a escala mundial, esto es, para la construcción de relojes. El material de la imposición exitosa y efectiva del “tiempo vacío y abstracto” del que habla Benjamin<sup>87</sup> es la “realidad mesocósmica”<sup>88</sup> a la que están referidos los sentidos y en la que únicamente estos pueden funcionar. Es posible generar técnicamente tiempo abstracto y vacío en un fragmento de la realidad, pero, por otro lado, no se trata del tiempo por antonomasia. Habría que distinguir del tiempo mesocósmico las estructuras micro y macrocósmicas de la realidad. La facultad sensorial de los seres humanos no puede tener percepciones directas de ellas. Para ser percibidas tienen que ser traducidas en modelos mesocósmicos.

El tiempo no es una magnitud dada de antemano a la conciencia —contra Newton—, sino un fenómeno de la conciencia. No es el orden temporal de las cosas, sino la capacidad de la razón para ordenar la diversidad y de conocerla como tal. Pero tampoco es una estructura extraña a la realidad material. La materia misma tiene una estructura que no se resiste al orden y la mensurabilidad temporal, sino que da facilidades. Al percibir la conciencia su interna dilatación temporal y de nuevo un núcleo fluido en todo estar presente y en toda identidad, se pone de manifiesto una correspondencia potencial entre el espíritu y la materia —con una última consecuencia: el espíritu puede imprimir su sello a la materia, darle forma y

<sup>86</sup> Klaus LAERMANN, “Alltags-Zeit. Bemerkungen über die unauffälligste Form sozialen Zwangs”, *Kursbuch* 41, ed. por Karl Markus Michel, Berlin 1975. Para Marx el reloj era —como anota Benjamin en V 849— el arquetipo de la mecanización y automatización. Y las máquinas fueron la condición para el aumento exponencial de la fuerza de trabajo en la modernidad. Ésta es para Benjamin la imagen por la que se le hace patente un proceso teórico. Del mismo modo que a través de las máquinas se emancipa la elaboración y transformación de la naturaleza respecto a la voluntad y la libertad de más seres humanos, también se emancipa la distribución del valor de cambio del valor de uso de los productos. La circulación de las mercancías y el trabajo industrial acusan una evolución similar. Sin embargo, mucho de lo que se debe decir en relación con la circulación de mercancías sería exagerado en relación con la actividad industrial, o mera fantasía literaria.

<sup>87</sup> Ver al respecto Ottmar JOHN, “Fortschrittskritik und Erinnerung”, en Edmund ARENS/ Ottmar JOHN/ Peter ROTTLÄNDER, *Erinnerung – Befreiung – Solidarität. Benjamin, Marcuse, Habermas und die politische Theologie*, Düsseldorf: Patmos, 1991, págs. 13-80.

<sup>88</sup> Ulrich LÜKE, *Evolutionäre Erkenntnistheorie und Theologie*, Stuttgart: Hirzel, 1990, pág. 165.

transformarla. Hablar de la unidad originaria de cuerpo y alma en el ser humano no está en contradicción con las diversas posiciones de la filosofía de la conciencia. Podemos nombrar tres datos básicos desde el punto de la filosofía de la naturaleza que confirman esa proyección de la conciencia interna del tiempo:

1. La visión cíclico-biológica del tiempo.
2. El movimiento circular de las estrellas y los planetas que representa el modelo del tiempo físico.
3. La eternidad de la materia, por más que sus figuras y formas cambien. Éstas se disuelven de nuevo en sus “componentes”, en las “sustancias” moleculares y atómicas, que Aristóteles llama *materia prima*.

Si se parte de una relación de correspondencia entre espíritu y materia de ese tipo, entonces los posibles errores de los supuestos fundamentales sobre la realidad no se deben a que el espíritu le atribuya o le imponga a la realidad algo que le es extraño, sino que se oculta, se descuida o se hace desaparecer por interés algo importante para su completa clarificación. Esto sucede de la manera más clara en la reducción de la razón, es decir, en la ocultación de los conceptos de la razón práctica, pero también cuando se abstrae de los conceptos teóricos, que forman parte de la completud del conocimiento de la realidad y, por ello, pueden tener consecuencias destructivas. Lo primero se tratará en el apartado 3., aquí de lo que se trata es de la concepción de la infinitud del tiempo en cuanto aspecto parcial de la realidad y de la crítica a que esa concepción se establezca como exclusiva. Pues la cuestión de si el mundo tiene una duración limitada o infinita no puede ser dirimida por la razón. De ello se sigue que la razón humana no puede tener un conocimiento de la totalidad de la realidad, porque —antes del final del tiempo— no puede haber una percepción sensible correspondiente a ello. Así pues, para conocer la totalidad, el ser humano necesita de una serie infinita de conocimientos. Ésta sólo podría terminar cuando terminara el tiempo y, definitivamente, el ser humano no está en condiciones de finalizar o interrumpir su curso. Tampoco la auto-destrucción de la especie por una catástrofe atómica terminaría con la existencia de la materia y las leyes físicas. Incluso tras la “muerte térmica de todo lo vivo” (Carl Amery) por la entropía seguiría el tiempo. Las experiencias de individualidad y singularidad, incluida la experiencia con esas secuencias temporales dadas y finitas, no dejan de ser conceptos universales de la razón teórica. Una conciencia social que no tuviese esto en cuenta acarrearía consecuencias destructoras.

En relación con la estructura temporal que está dada con el carácter de mercancía de las cosas, esto significa lo siguiente: el carácter de mercancía estaría infradeterminado si se lo considerara como algo que permanece externo a las cosas. Su reducción a pura apariencia estética que puede ser desenmascarada por medio de una clarificación y gracias a ella desaparece, no se toma en serio al capitalismo. Pero no sólo derivar el carácter de mercancía de la forma como las personas ven las cosas, sino también de la forma como las tratan, es decir, como si fueran mercancías, representa una trivialización. Las suposiciones de una sociedad sobre la realidad no crean una segunda realidad. Esto sería una interpretación errónea del teorema de la segunda naturaleza y presupondría principios gnósticos, como se explicó más arriba. También esto sería una trivialización. Bastaría entonces con retornar de la naturaleza creada artificialmente a la dada originalmente. Si el ser mercancía de las cosas se entiende como un aislamiento de una de sus propiedades, esto es, poder ser representada en una mera cantidad, despreciando muchas otras propiedades, entonces el ser mercancía de las cosas designa, de un lado, un proceso social que es dirigido por la razón abstracta y económica dominante y, por otro lado, dicho proceso encuentra en las cosas puntos de apoyo reales. La absolutización del valor de cambio se relativiza comprobando su empleo y utilidad para la vida<sup>89</sup>.

En relación, la estructura temporal de la mercancía, que Benjamin descubre en el fenómeno de la moda, esto quiere decir que el devenir y pasar de las cosas, el ir y venir de los modas, produce la infinitud de la mercancía, el eterno retorno de lo nuevo. Pero quien se deja fascinar por una novedad de ese tipo, paga un precio tremendo: la incapacidad para usar cosas exige un empleo cada vez mayor de dinero. O al contrario. Cuanto más dinero se gasta, tanto más pequeña es la significación que se puede atribuir al valor de uso de las cosas. Para los participantes en el mercado el valor de uso y el valor cambio representan una alternativa. O se sigue el estímulo de establecer de manera exclusiva un sólo aspecto de las cosas —esto es, su valoración con un código numérico abstracto y, de esta manera, su capacidad de estar indeterminada respecto a su contenido— o se sigue la variedad de huellas puesta por la dimensión material de las cosas. En definitiva esto es una apreciación

---

<sup>89</sup> La estructura de semejanza crítica de la mercancía puede ser comparada y explicada con la crítica veterotestamentaria del culto a los ídolos, aunque no sea lo mismo. Si fuera igual, esto supondría atribuir a la sociedad de la Edad del Bronce una forma de producción capitalista. En el pasaje clásico de la crítica del culto a los ídolos, en la danza en torno al becerro de oro, Moisés da a comer al pueblo infiel la imagen aplastada del ídolo (Ex 32,20), aparentemente para demostrar que las imágenes de los ídolos no poseen ninguna utilidad; pues no contribuyen al sostenimiento ni al restablecimiento de la vida de los seres humanos.

de las cosas y los procesos productivos en relación a su utilidad y servicio a la vida. Despedirse demasiado rápidamente de ambos aspectos en dirección a una relación contemplativa con la realidad es un sustituto secularizado —en el apartado 3 se abordarán las desastrosas consecuencias para la conciencia moral y la competencia política de acción que se corresponden con esto. Aquí se trata de la valoración de la finitud, la singularidad y el carácter único de las cosas y los seres humanos.

En el apartado 1.2 se contrapusieron dos determinaciones de la relación del valor de uso y el valor de cambio. La vinculación del valor de cambio al valor de uso y la emancipación del valor de cambio respecto a valor de uso. La primera determinación de la relación, que entre otras caracteriza a la teoría del valor de Karl Marx, se ha mostrado insuficiente a lo largo del siglo XX para comprender determinados fenómenos sociales. Sin embargo, la afirmación de que los valores de cambio serían independientes de aquello que los seres humanos necesitan contendría bajo el manto de su determinación metafísica un indicio de la verdad: sólo tienen utilidad para las personas las cosas que puede ser experimentadas como únicas y singulares. La pérdida de la capacidad de hacer semejantes experiencias sólo se puede revocar cuando es reconocida como un problema moral: sólo puede ser anulada por la praxis humana. Ningún progreso social realizará esta recuperación. Al comienzo de este apartado se ha partido de que los diversos ritmos temporales divergen: en una dirección el proceso de descomposición bioquímica de un producto, es decir, su inutilidad; en la otra dirección la obsolescencia de las mercancías y su desaparición del mercado. Las cosas desaparecen del mercado porque 1) ya no se pueden vender. Y no se dejan vender porque 2) ya no son nuevas. Todo aquello que está usado, ya no es nuevo. Pero usado no es sólo aquello que es consumido, sino también aquello que ha demostrado su utilidad. Hay por lo menos una parte de las cosas transformadas en mercancías que puede llegar a su final “natural”. Si esto es una tendencia, entonces podemos proponer una ecuación: la desaparición de las mercancías del mercado cada vez tiene menos que ver con el consumo de las cosas y la aparición de nuevas mercancías cada vez menos con la necesidad<sup>90</sup>.

---

<sup>90</sup> Bejamin ha documentado en la *Obra de los Pasajes* un raro interés por la existencia subproletaria del traperero: éste presta atención y valoración a las cosas ridículas y burladas. A la luz del concepto del valor abstracto de cambio y de la circulación de mercancías, la actividad del traperero no es sólo la de una existencia marginal, sino que consigue una relación con las cosas que se pierde en la Modernidad: parece tener que vivir de la inmundicia, la basura, de las cosas que han sido consumidas. Mirado en perspectiva parece ser una existencia que ha de reproducir su vida con cosas inútiles, y que

La tesis general del capítulo reza lo siguiente: la realidad específica de la mercancía no puede ser concebida ni bajo el aspecto de su uso ni independientemente de la estructura temporal que hace realidad. Las consideraciones precedentes sobre el tiempo abstracto y vacío pueden unirse a la comprensión de la mercancía si se tienen en cuenta las experiencias contrapuestas con las que H.-J. Höhn<sup>91</sup> describe el fenómeno de la aceleración en la postmodernidad y las experiencias contradictorias de las personas que le sirven de base. De un lado, la experiencia del poder de los clientes de poder disponer de las cosas mediante dinero y capital (1) y, por otro, quedar decepcionados cuando quieren hacer uso de aquello de lo que disponen (2).

1. La posesión del dinero transmite la experiencia de poder. Quien posee dinero puede disponer de cosas. En esa línea de la experiencia de poder a través de la posesión se encuentra la conclusión inversa: podría disponer sencillamente de todo quien poseyese dinero suficiente. La diferencia entre la posesión efectiva o posible es secundaria, pues en el dinero está inscrita la infinitud de los efectos de su empleo en el mercado, ya que es ciertamente un medio de cambio abstracto y no atado a ninguna cosa. Su carácter abstracto significa que es convertible en todo lo que sea deseable en general.

2. Esto lleva con una cierta necesidad a frustraciones. Algunas de las cosas que uno desea no las puede ofrecer (todavía) el mercado. La omnipotencia burguesa propietarista, asentada sobre la base de los medios de cambio abstractos con los que se cree poder intercambiar todo, se ve defraudada.

Esa decepción sólo puede ser superada de dos maneras: o bien el decepcionado

---

por ello propiamente no puede vivir. Ahora bien, por otro lado, el ciudadano se confunde fácilmente con el propietario de capital. Desde su punto de vista no hay fuera del valor de cambio ninguna otra manera de atribuir valor a las cosas. El trapero tiene que darse por satisfecho con cosas que no poseen valor de venta. Está obligado a referirse al valor de uso. Puede que su forma de producción “preindustrial”, arcaica y prehistórica, que se asemeja a la de los cazadores y recolectores, sea desenfrenadamente improductiva, pero su orientación hacia el valor de uso señala una actitud sin la que la vida humana no será posible en el futuro (ver I 521 y 538); en la *Obra de los Pasajes* se encuentra un rollo más amplio sobre el coleccionista. También él posee la capacidad de poder mirar más allá del valor de cambio de las cosas y alcanzar una relación contemplativa con ellas (V269ss.) —, una capacidad que, según San Agustín, está reservada a las cosas eternas. Ahora bien, la actividad del coleccionista de arte es parasitaria de la propiedad del capital —se le cuelean fácilmente equivocaciones como las que han sido descritas más arriba como un rasgo del capitalismo, aun cuando el capitalista quiera ser algo distinto de un capitalista. Sólo a la existencia empobrecida y subproletaria le es concedido tratar con las cosas del modo que es apropiado a ellas.

<sup>91</sup> Hans-Joachim HÖHN, “Passagen und Passanten – Religion in der City”, en *Religion als Wahrheit und Ware*, ed. por Hans Werner Dannowski y otros, Hamburg: Theologischer Verlag, 1991, págs. 25-36.

cuestiona el poder del dinero, reflexiona sobre la finitud de la capacidad humana y acepta que los hombres, en razón de su naturaleza creatural, poseen deseos a los que ellos no pueden dar cumplimiento, ni ahora ni en el futuro. Ahora bien, según la observación comunicada más arriba, se oculta que los bienes tienen un final por su uso. Está sustraído a la de atención porque los dos órdenes temporales diferentes divergen cada vez más. Así pues, por el momento sólo queda una segunda reacción a la frustración en el mercado. Los participantes en él reducen sus deseos a aquello que el mercado puede ofrecer. Deseos que apuntan más allá de lo que los seres humanos pueden satisfacer con productos de su trabajo, son expulsados al ámbito de la irracionalidad y la amoralidad como inapropiados a la naturaleza humana. Esa reacción a la decepción por no poder adquirir todo, se encuentra al inicio del capitalismo como una faceta de la moral protestante del trabajo y la renuncia<sup>92</sup>.

Esta reacción adquiere su figura puramente económica haciendo que aparezca la satisfacción de los deseos insatisfechos como oculta significación alegórica de las mercancías. Veblen hablaba del valor del uso secundario<sup>93</sup>: aquello para lo que fueron producidas las mercancías puede ser utilizado también para la satisfacción de otros deseos. Un coche no es sólo un medio de transporte, sino también un símbolo de estatus, etc. Sin embargo, esa oculta significación alegórica sólo es una verdadera propiedad de la mercancía mientras que ella no tenga que satisfacerla. O bien el cliente se conforma con el primer valor de uso o permanece en una relación contemplativa con las mercancías expuestas. Esta contemplación tiene la desventaja de estar todavía muy próxima al modelo religioso: su forma es idéntica, sólo ha cambiado su objeto —de la imagen de la Virgen al maniquí cubierto con una prenda. Sólo puede contener y silenciar el deseo de posesión y de poder de disposición sobre las cosas de manera imperfecta. Las imágenes de la felicidad plena despiertan una conciencia añadida de la propia miseria porque hacen visible la diferencia entre uno mismo y lo representado. Incomparablemente más perfecta es aquella actitud del cliente que amplía el poder de disposición sobre lo contemplado, pero al mismo tiempo mantiene aquello de lo que ha tomado posesión en una distancia contemplativa: en la moda se unifican de tal manera posesión y contemplación, que el deseo sólo se dirige al poseer mismo, pero nunca al uso, por no ha-

<sup>92</sup> Aunque esto no se puede documentar en los textos de Calvino, por lo menos sí que vale para su recepción. En ésta se apoya Max Weber en el análisis de la “ética protestante” como presupuesto mental para el aumento de la intensidad del trabajo en la sociedad industrial.

<sup>93</sup> Ver al respecto O. JOHN, “Einführung...”.

blar del desgaste de lo poseído. Esta *coincidentia oppositorum* sólo es posible si se considera la dimensión temporal. El acto de la toma de posesión de la mercancía debe suceder en una progresión cada vez más rápida para que las mercancías puedan ganar una significación infinita para el propietario. Sólo así pueden desplegar positivamente la universalidad del valor de cambio —renunciando a su uso, que muestra su finitud y limitación y sólo podría afectar a su singularidad y concreción.

El aumento de la velocidad en el cambio de las modas, en el intercambio de imágenes, es la condición de posibilidad de que las expectativas excesivas dirigidas al mercado y las decepciones que necesariamente se producen no conduzcan a una crisis de legitimación del capitalismo o, en su caso, de sus mecanismos de distribución del comercio global de mercancías. Más arriba se habló de la conexión entre la universalidad extensiva e intensiva del valor de cambio. El aumento de la velocidad es una implicación necesaria de la traslación de la felicidad al más acá y de la inmanentización de las expectativas de salvación. Ellas inauguran una especie de transcendencia desde abajo, que no debe confundirse con la transcendencia de los pobres y marginados, que proyectan sus anhelos de riqueza y pertenencia en el cielo o en el futuro de una sociedad liberada —que, desde la perspectiva de abajo, no se encuentra tan lejano lo uno de lo otro; para los afectados ambas cosas son inalcanzables en vida. Se trata más bien de la transcendencia desde abajo a partir de la sobreabundancia de la oferta de mercancías. Dado que las mercancías no pueden colmar todos los anhelos, hay que poseer de manera cada vez más rápida nuevas mercancías.

El aumento de la velocidad de la circulación de mercancías se corresponde pues con el aumento de la velocidad del tráfico. Quien quiere participar en ese cambio cada vez más rápido de las modas, tiene que estar en movimiento en una medida siempre mayor. Esto se expresa en diversos fenómenos de la ciudad. La ciudad es un problema de tráfico. Si hemos de comprender la realidad de la ciudad, entonces los datos estadísticos sobre la composición de la población, su distribución en determinados barrios y su agregación a determinados indicadores sociales y económicos serían sólo una imagen urbana fija de un complejo movimiento o la reproducción fotográfica del instante de una compleja red de movimientos. Sin tener en cuenta hacia dónde se mueven cuando no duermen aquellos que están empadronados en un lugar determinado, la ciudad estaría descrita de manera incompleta. Hacia dónde se encaminan las personas es de gran relevancia para los centros urbanos, pero también para los problemas de las zonas suburbanas. Pues según investi-



gaciones empíricas específicas relativas a Alemania, los movimientos del tráfico son la causa de que las personas huyan cada vez más hacia los paisajes verdes “libres”, para escapar de las molestias del tráfico<sup>94</sup>. El precio que pagan por ello son trayectos más largos hasta el centro de la ciudad o hasta el trabajo, lo que de nuevo hace inhóspitas las zonas residenciales tradicionales. Un mecanismo que posiblemente pueda ser aclarado con el análisis del carácter de mercancía y con la aparición de las mercancías en las ciudades.

### 3. LIBERTAD DE MERCADO Y RAZÓN PRÁCTICA

La circulación de mercancías es para Benjamin un rasgo central de las megametrópolis que se constituyen en el siglo XIX. Ella imprime su sello a la ciudad, porque suscita la impresión de atraparlos todo bajo su hechizo y de convertir a todo y a todos en mercancías —cosas, seres humanos y objetos de culto religioso. Las reflexiones precedentes han aclarado que no existe la mercancía en sí, sino a) tan sólo como propiedad, como carácter de las cosas, b) en las relaciones de los hombres con las cosas y de los hombres entre sí; es decir: en relaciones sociales, y c) en relaciones que están en constante movimiento y transformación. Pero pese a que el ser-en-sí de las mercancías no pueda ser conocido, el carácter de las mercancías es objetivo. Si se sigue el método de Benjamin, el carácter de la mercancía no es tan sólo una superficie estética o una construcción teórico-ideal que explicaría los movimientos de las cosas y de los hombres, sino que se le puede apreciar en determinados procesos identificables —y todo aquello que puede ser percibido tiene realidad objetiva<sup>95</sup>.

Si el carácter de las mercancías constituye un momento abstracto-universal que afecta preferentemente —pero no exclusivamente— a los productos del trabajo hu-

<sup>94</sup> Institut für angewandte Sozialforschung (INFAS)/Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt. Institut für Verkehrsforschung (DLR), *Mobilität in Deutschland 2008. Ergebnisbericht: Struktur – Aufkommen – Emissionen – Trends, beauftragt vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung - [www.mobilitaet-in-deutschland.de](http://www.mobilitaet-in-deutschland.de)*.

<sup>95</sup> En su estética trascendental, Kant distingue entre idealidad trascendental y realidad objetiva —sobre los fenómenos externos sólo se puede hablar bajo dos condiciones: 1. Cuando la razón opera según la idealidad trascendental de espacio y tiempo; es decir, cuando se consideran las cosas prescindiendo de toda experiencia externa y sólo en relación consigo mismas, 2. Cuando la razón se refiere a intuiciones; es decir, sólo se puede afirmar la realidad objetiva de una intuición —en el espacio— en “consideración de todas las experiencias externas posibles”. El conocimiento sólo es posible en la medida en que la realidad externa sea realmente contemplada (*KrV*, B 44, I. KANT, *Werkausgabe* 3, pág. 76).

mano, puede suponerse que constituye también un desafío para la razón práctica. El carácter de mercancía es un signo de los tiempos en el sentido de Chenu, ya que sólo puede ser conocido adecuadamente cuando ese conocer se produce no sólo con categorías de la razón teórica, sino también de la razón práctica. Para comprender qué es una mercancía y cómo puede ser apreciada no basta con reconstruir su función en el proceso económico, sino que hay que especificar cómo comportarse ante ella y cuál es su significado para el juicio moral.

En el apartado 2.2, el interminable movimiento circular se ha identificado como la estructura temporal en la que se revela el carácter de mercancía de las cosas y de los seres humanos. De ahí surge la pregunta de si esta universalidad tiene consecuencias —y, en su caso, cuáles— para la comprensión de los seres humanos y para la percepción que éstos tienen de sí mismos. Más exactamente: para el modo en que los seres humanos perciben su implicación en la relación de las mercancías y la correspondiente estructura temporal en sí mismos. ¿Qué propiedades adquieren cuando contemplan y posiblemente compran mercancías? ¿Qué propiedades les son atribuidas y cuáles pueden deducirse de la relación mercantil? Dado que la transformación del todo implica a su vez la transformación de las partes, estas preguntas resultan ineludibles; se trata de dilucidar si esta transformación afecta a las partes sólo desde fuera o también internamente.

Para responder a esta pregunta, debe retomarse el principio metodológico de Benjamin, según el cual los conceptos “estéticos” de la visibilidad del carácter de mercancía de las cosas, los seres humanos y las relaciones no constituyen una esfera separada de los procesos económicos, sino que, al contrario, quieren filtrarse más profundamente en la realidad de lo que podría hacerlo un análisis —quieren ver más. En estos fenómenos, a menudo desdeñados y pasados por alto, el hermenauta encuentra indicios que remiten al todo, a su tendencia histórica y a su significación para la acción moral.

### 3.1. La estructura abierta de las necesidades humanas y la economización de todos los ámbitos de la vida

La actividad económica controlada por el mercado es un proceso dinámico. Su dinámica se manifiesta en la constante innovación de productos y procesos. Sólo aquel que es capaz de incrementar la cantidad y/o calidad de su oferta puede mantener sus ganancias y seguir tomando parte en la actividad del mercado: detenerse

supondría un paso atrás<sup>96</sup>. Pero esta actitud sólo es razonable si no es incorrecto suponer que existe una disposición a adquirir cada vez más mercancías o mercancías cada vez más valiosas por parte de los clientes. ¿Qué motivos permiten a los vendedores embarcarse en un proceso sumamente arriesgado para superarse constantemente a sí mismos técnica y organizativamente? ¿Con qué posibilidades cuentan quienes producen algo nuevo sin saber aún si lo comprará alguien?<sup>97</sup>

Los posibles motivos sólo surten efecto si se presupone el carácter abierto e ilimitadamente modulable de la naturaleza de las necesidades humanas. Sólo si éstas pueden transformarse una y otra vez, puede el productor de nuevas mercancías contar con la seguridad de que su intento no fracasará; esta seguridad es necesaria, puesto que los riesgos económicos implican siempre riesgos en los que está en juego la vida. Ya Lessing había visto el problema de cómo fundamentar decisiones vitales incondicionadas en creencias cuyos contenidos no pueden conocerse con seguridad —simplemente a causa de la zanja abominable y cada vez más grande que separa el presente del pasado<sup>98</sup>. Debe haber razones suficientes para estar dispuesto a correr un riesgo que puede costar la vida, o al menos la existencia burguesa —sobre todo después de que se aclarara que la felicidad eterna no está reservada a quien acumule grandes riquezas en la tierra<sup>99</sup>— al contrario: la tradición judeo-cristiana y su mensaje sobre el privilegio de los pobres dificulta más que favorece. Bajo la condición de la infinita capacidad de modulación de la naturaleza de las necesidades humanas, todo producto puede corresponder en principio a las necesidades humanas: la cuestión es simplemente cuándo y en qué nivel del desarrollo de las

<sup>96</sup> El mercado se presenta como un modelo sobre el que actúan dos mecanismos: 1. Es un mecanismo para la distribución de recursos escasos. El principio de escasez está altamente formalizado; no regula tan sólo la distribución de recursos escasos, sino también —en fases de sobreproducción— la escasez de los compradores. En la fase de escasez de bienes, este mecanismo mercantil produce el aumento de los precios, en fase de escasez de clientes la caída de los mismos. 2. El mercado es un mecanismo de competencia y suplantación. Sólo funciona si aquellos que abastecen el mercado son continuamente eliminados. Ante una caída de los precios, se elimina a aquel que no consiga abaratar la producción —ya sea mediante las innovaciones técnicas (mecanización, automatización y digitalización) o mediante la reducción de los salarios, que también puede ser llevada a cabo gracias a un desplazamiento de la producción hacia países con salarios más baratos.

<sup>97</sup> Incluso si la dinámica del mercado no puede ser reducida a la motivación personal de los productores de mercancías y servicios, sino que en último término debe ser comprendida como un sistema anónimo que funciona con independencia de los sujetos, al menos deben poder formularse motivaciones que reproduzcan las propiedades del sistema en el nivel de la acción individual, o que al menos no estén en contradicción con ellas.

<sup>98</sup> Gotthold Ephraim LESSING, *Die Erziehung des Menschengeschlechts und andere Schriften*, Stuttgart: Reclam, 1972, Beweis 32.

<sup>99</sup> Ver la interpretación de la ética protestante en Max WEBER, *Die protestantische Ethik*, en *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*, Tübingen: Mohr 1988.

necesidades una determinada oferta encuentra a su comprador<sup>100</sup>. En realidad ningún hombre concreto puede contar con la certeza de que sus anticipos vayan a ser rentables, pero es algo que en ningún caso puede excluirse.

Para el incremento de la oferta existen fundamentalmente dos perspectivas: la primera consiste en el perfeccionamiento constante de productos ya conocidos, la segunda en la búsqueda de “formas de producto” totalmente nuevas. Sobre el constante perfeccionamiento de los productos ya conocidos: las mercancías son entidades reales<sup>101</sup>. Ahora bien, el concepto de carácter de las mercancías trae consigo dos precisiones: en primer lugar, “mercancía” es aquello que adquiere realidad y se hace operativo cuando el valor de cambio se ha emancipado totalmente de la realidad. En segundo lugar, no consiste en una realidad sustancial, sino en ciertas propiedades sensibles de los productos, que llegan a ser perceptibles y vivenciables en el intercambio, en las relaciones de los seres humanos entre sí y con las mercancías.

El concepto del carácter de las mercancías no sólo permite pensar los resultados de la producción y del trabajo humano como entidades reales, sino que la propia actividad humana —independientemente de su resultado— puede ser también una mercancía. La organización del sector servicios, que en los años noventa se impuso

<sup>100</sup> Kant consideraba la idea de una sucesión interminable de conocimientos particulares como ineludible para la razón. El motivo de este postulado no era una suposición metafísica sobre la persistencia interminable del mundo y de la raza humana, sino la implicación necesaria que supone quien rebasa el estadio dado del conocimiento del mundo —que es suficiente para orientar la acción— y añade un conocimiento más en la interminable cadena de conocimientos particulares. ¿Por qué al añadir un paso se supone una cadena sin fin? Porque de lo contrario, antes de dar un paso más, habría que comprobar si dicho paso es aún en absoluto posible, si el anterior no había sido definitivamente el último. La razón no es capaz de pensar un conocimiento particular último y concluyente. Sólo una serie interminable de pasos individuales puede corresponder a la idea de conclusión de la razón. Esta lógica de que el todo nunca puede ser alcanzado mediante la suma de sus partes puede ayudar a su vez a comprender la suposición de una interminable naturaleza de las necesidades humanas en la acción económica (I. Kant, *Werkausgabe* 3, B 445 ss.).

<sup>101</sup> La miseria de la crítica del consumismo consiste en haber equiparado el consumo con el uso y el empleo de cosas materiales. La crítica se dirigía contra un materialismo cotidiano cuya meta última era el consumo de cada vez más productos de forma cada vez más rápida. Los objetos del deseo eran definidos a partir de la distinción entre los productos del trabajo humano necesarios para la reproducción de la vida —como alimento, vestido y vivienda— por una parte, y las cosas no necesarias, distinguidas, culturales y espirituales por otra. Esta crítica reforzaba el resentimiento burgués contra aquellos que parecían encontrar gratificación en el comer y el beber más allá de toda cultura (o por debajo de ella). En primer lugar, esta crítica es cínica, porque denuncia algo que para la mayor parte de los seres humanos constituye un anhelo irrealizable y que no depende de su voluntad: no deber perecer por pobreza material. Por otra parte, esta crítica no es capaz de comprender que el consumo de alimentos puede proporcionar experiencias de felicidad y que el arte, la cultura y la religión sólo tienen importancia cuando se dispone de posesiones materiales mínimas.

en muy poco tiempo, supone una universalización del carácter de las mercancías<sup>102</sup>. Éste culmina en el llamado mercado religioso, que revela que también aquello que se caracteriza por escapar a la disposición humana puede ser evaluado como mercancía y convertirse en objeto de intercambio<sup>103</sup>.

La tesis de que la dinámica del mercado supone el desarrollo ilimitado de la naturaleza de las necesidades humanas implica a su vez la subtesis de que ésta va acompañada de una constante transformación de los hábitos de compra. Esta subtesis puede ser precisada a dos niveles:

1. La estructura de las necesidades humanas es una variable que depende de la oferta. Un desarrollo específico por parte de la oferta<sup>104</sup> puede implicar una cierta coacción: cuando lo que se tacha de “inferior” es retirado del mercado (por ejemplo un coche pequeño de poca potencia), los seres humanos están obligados a adquirir lo “superior”. La dinámica del mercado se impuso porque los consumidores se acostumbraron a la evolución de la oferta y así la terminaron aceptando.

2. Las ofertas son una variable dependiente de las necesidades humanas, que varían y se desarrollan: según el estado de refinamiento de sus necesidades, la demanda puede provocar la aparición de determinadas ofertas en el mercado.

<sup>102</sup> El análisis marxiano de la mercancía revelaba que también la actividad podía adquirir carácter de mercancía: la fuerza de trabajo humano, los procesos técnicos y la organización de relaciones de trabajo pueden ser convertidas en valor abstracto e intercambiadas. Sin embargo su carácter de mercancía era una cualidad derivada, que se media a partir del valor de las mercancías objetuales y apreciables que se producían con su ayuda. Sólo las actividades que producían mercancías reales podían adquirir ellas mismas carácter de mercancía. En la actualidad tales actividades están cada vez más sometidas al mecanismo de mercado, cuyo valor de cambio ya no se deriva de sus resultados reales sino de la actividad misma. Si por mercancía se entiende la propiedad de una cosa o de una actividad que la extraña de su carácter sensible y de su utilidad para la vida humana, eso tiene consecuencias para las actividades que no producen resultados reales pero sin embargo tienen sentido: como prestaciones de servicios, las actividades de asistencia y de curación son extrañadas de su sentido como mejoramiento de la situación vital de un ser humano. Uno va al médico por otros motivos que para curarse de enfermedades —un hecho que pesa sobre el sistema de seguros médicos en Alemania, y cuyas causas hasta ahora sólo han sido explicadas de modo psicológico. En estos casos la denominación “psicológico” es a menudo el reconocimiento de un fenómeno como inexplicable.

<sup>103</sup> Las iglesias y comunidades religiosas son reconstruidas como si fueran empresas. El comportamiento de los creyentes es pronosticado según las lógicas de acción y reacción del cliente; en esta línea está la comprensión de la gracia como un producto que la iglesia ofrece a sus clientes en el mercado religioso: la pregunta es hasta qué punto esta construcción económica conserva algo de la religión o si más bien —por mor de la supervivencia de su objeto— se trata de un simple punto de vista que sólo está justificado si existe junto con otros puntos de vista (cfr. sobre todo Michael SCHRAMM, *Das Gottesunternehmen. Die katholische Kirche auf dem Religionsmarkt*, Leipzig 2000, ver también más abajo).

<sup>104</sup> En este proceso es posible que un producto “fracase” y no encuentre compradores. Pero el proceso se refiere al conjunto de la oferta ideal, a los desplazamientos en el surtido de bienes en oferta, desde alimentos básicos a productos sumamente refinados, artículos de lujo, etc.

En la primera interpretación de la concordancia entre el desarrollo económico y la transformación de la naturaleza de las necesidades se ofrece el fundamento de una crítica del consumismo que, tal y como fue formulada en las sociedades industrializadas occidentales a partir de los años sesenta, se queda corta<sup>105</sup>. Esta crítica del consumismo parte de que el aumento lineal e ilimitado de las necesidades está en contradicción con la dignidad humana, ya que reduce el sentido de la vida a la adquisición de bienes materiales<sup>106</sup>. En la segunda interpretación se trata de la definición de la vida económica como una función al servicio de la vida de los seres humanos. Una interpretación de este tipo constituye la base para defender la economía de mercado como el sistema económico que mejor se corresponde con la dignidad humana; el desarrollo económico tiene lugar porque los seres humanos invierten en el mercado su dinero “duramente” ganado; sin esta inversión no habría progreso ni transformación. Y, según supone esta posición, estos participan en el mercado libremente. El mercado se define precisamente porque nadie está forzado a gastar más dinero del necesario para satisfacer sus necesidades básicas. Como el dinero se gana *duramente*, es decir, es escaso, fluye allí donde las necesidades puedan ser mejor satisfechas, buscando lo que prometa incrementar más la calidad de vida. La escasez del dinero ofrece la mejor defensa contra las malas inversiones: motiva a los consumidores a hacer uso de todos sus medios para garantizar la adquisición de productos más adecuados a la satisfacción de sus necesidades. Frente a la burda crítica del consumismo de los años sesenta, esta interpretación aspira a tomar en consideración la “libertad” humana. El único criterio para dilucidar si un producto es necesario y útil para un ser humano, si mejora su vida o no, es su libre elección, como ya se ha señalado arriba. Si no supusiera esta libertad, la economía de mercado y el incremento de la producción de mercancías no serían posibles. De acuerdo con la contra-crítica a la crítica del consumismo, quien, siguiendo el modelo de la crítica de Marcuse, asume que la oferta de mercancías no puede

---

<sup>105</sup> Los análisis de Herbert Marcuse, que fueron ampliamente recibidos en los años sesenta, son muy importantes para la crítica del consumismo. Según Marcuse, la lógica de autoconservación del capitalismo exige una constante aceleración del crecimiento: en lugar de descargar a los seres humanos de los esfuerzos del trabajo —lo cual sería perfectamente posible gracias a los progresos técnicos en la esfera productiva— se crea una necesidad artificial de mercancías sin utilidad para la vida humana. Por último, al ser manipulados, los seres humanos son alienados de sí mismos (cfr. Herbert MARCUSE, *Der eindimensionale Mensch*, Neuwied: Luchterhand, 1967).

<sup>106</sup> Esta crítica se queda corta. Subestima que las elecciones de consumo, incluido el desarrollo de las necesidades, son un proceso que tiene lugar sin coacción externa. Si el consumo contradice la dignidad humana, al menos debe considerarse el problema de que los seres humanos lo hacen libremente. De otro modo la crítica sería inadecuada.

satisfacer las verdaderas necesidades humanas, supone que otras instancias distintas de los seres humanos podrían decidir cuáles son las verdaderas necesidades de los hombres. Y, si los seres humanos, en tanto que participantes en el mercado, toman en consideración el sentido de su vida mediante el consumo de mercancías, la crítica del consumismo debe al menos confrontarse con el hecho de que los seres humanos así lo quieren y que han optado libremente por esta forma de reduccionismo. Pero semejante defensa de la posibilidad de que todos los asuntos importantes en la vida humana puedan solucionarse mediante mecanismos de mercado, y de que éstos sean los que más se correspondan con su dignidad, se debe al argumento de que el mercado y la libertad humana se encuentran en una relación esencial de presuposición mutua. En lo que sigue debe analizarse si este argumento es consistente.

### 3.2. Crítica de la libertad de mercado

#### 3.2.1. *Libertad e independencia de la causalidad natural*

El concepto de libertad de mercado asume que la libertad sólo es real en acciones manifiestas y accesibles empíricamente. Sin libertad de elección y de acción, el discurso de la libertad es considerado mero misticismo<sup>107</sup>. La distinción de la doctrina clásica de la libertad entre libre albedrío y libertad de acción<sup>108</sup> queda prácticamente anulada, y el libre albedrío pasa a derivarse de la libertad de acción: dado que la elección de compra no es impuesta desde fuera, sino que es una acción libre, esa elección es incuestionable e inevitable. El pago de un valor de cambio es lo que define el valor de uso. Por tanto, el valor de uso es aquello que cuantifica el valor de cambio. La base del consumo es la libre elección del consumidor al pagar un determinado precio por un determinado producto en el mercado<sup>109</sup>.

La crítica del consumismo mencionada más arriba sólo podía insistir en la necesidad de distinguir entre las libres elecciones que satisfacen las necesidades a corto plazo pero dañan la vida a largo plazo y las realizaciones de la libertad de mercado

<sup>107</sup> Un reproche común del racionalismo crítico contra todo criterio de verdad no empírico.

<sup>108</sup> Ver, por ejemplo, Birgit RECKI, *Freiheit*, Stuttgart: UTB, 2009.

<sup>109</sup> El mercado es una instancia total, capaz de definir lo que se denomina la libertad humana, porque al mismo tiempo constituye su meta-instancia y su instancia de corrección —es decir, ejerce como su propia negación. El mercado puede apropiarse de todo intento de abolir la economía del mercado: lo interpreta como expresión de una necesidad a la que atiende con las mercancías correspondientes. De este modo, la abolición del mercado sería asunto del mercado mismo, llevando así a su restauración y a su eternización. A este mecanismo están sometidos, por ejemplo, quienes creen poder abolir el capitalismo financiero haciendo saltar por los aires las bolsas de este mundo; en realidad, estimularían el comercio de armas y de munición.

que contribuyen a garantizar la supervivencia de la especie de forma duradera. Pero, ¿qué instancia decide lo que es útil para la vida humana a largo plazo? ¿Son acaso los conocimientos de las ciencias naturales sobre los límites del crecimiento? ¿O no debe ser un argumento de la razón práctica?

Así pues, si es que la economía de mercado no ha de aparecer como culminación de la realización social de la libertad, es necesaria la distinción entre libertad de mercado y un concepto de libertad como concepto básico de las disposiciones éticas del ser humano. Sin embargo, para aproximarse al núcleo de la libertad de mercado hay que rechazar dos estrategias insuficientes para distinguir entre libertad de mercado y libre albedrío:

1. La identificación de las elecciones de compra en el mercado con el concepto de libertad niega el fenómeno del deber. Aquello que sería objeto del deber es deducido de una realidad empírica, a saber: de las acciones particulares de los sujetos económicos. La suma de sus libres elecciones refleja el mercado, pero en último término dicha suma es tan particular como las acciones individuales a partir de las que se genera. Un motivo particular no puede ofrecer un fundamento para una realidad futura que ha de ser producida por una acción: sólo un argumento moral que contenga indicaciones universales sobre el deber puede hacerlo<sup>110</sup>.

2. La libertad de mercado tiene lugar según la lógica de la relación de los seres humanos con la naturaleza inanimada: se realiza en las relaciones que los hombres desarrollan con las cosas a través de su trabajo. Si se acepta el presupuesto de que el mercado no es sino un sistema de distribución e información que coordina las diferentes medidas de valor añadido en los contextos de trabajo industrial y que sintoniza mutuamente la oferta y la demanda, la libertad de mercado participa en el distanciamiento del mecanismo natural a través del trabajo humano. Este distanciamiento es el acto fundamental de la libertad humana, gracias al cual el ser humano puede actuar según una ley que no sea ley natural, a saber, según la ley moral. Pero el trabajo sólo puede lograr este distanciamiento al invertir la dependencia de los seres humanos de los azares de la naturaleza y pasando a dominarla; el

---

<sup>110</sup> En la medida en que un valor material, un comportamiento, una acción, una relación entre seres humanos, etc., son objetos del deber, la disposición de lo debido debe contener al menos un momento universal; en el utilitarismo, por ejemplo, no debe contradecir el bien de todos los hombres; en la ética discursiva debe corresponderse con el bien de todos los hombres aunque sea mínimamente; en las éticas objetivas sólo un bien puede ser objeto de deber, y éste debe ser independiente de la existencia de las cosas individuales dadas; en las fundamentaciones trascendentales de la ética, objeto de deber es aquello a lo que sólo se puede aspirar mediante acciones que no pueden ser descritas sin presuponer una libertad formal e incondicionada.



grado del dominio de la naturaleza constituye la medida de la libertad humana. Semejante comprensión de la libertad es considerada por la tradición como heterónoma, y la heteronomía era una característica de la causalidad natural, distanciarse de la cual representaba el acto fundamental de la libertad<sup>111</sup>.

Estos dos modelos critican la libertad de mercado como libertad particular; pero se quedan cortos. Omiten dar cuenta de que el mercado global sólo puede funcionar con la existencia de valores de cambio universales. Si los teoremas esbozados en el apartado 2.1.2 son ciertos, la libertad de mercado se constituye en contacto con valores de cambio abstracto. Sólo en segunda instancia juegan un papel la transformación técnica de la naturaleza —como forma específica de distanciamiento de su violencia—, la relación de competencia con otros sujetos de la libertad de mercado y la dimensión empírica. La técnica tiene el *telos* inmanente de dominar la naturaleza. Pero la introducción de un medio de cambio universal convierte todo elemento de la realidad material en un contenido arbitrario para el acontecer del mercado. De ahí que el mercado capitalista sea un mecanismo de disposición amplio y, entre tanto, global. Tendencialmente el pago de un valor de cambio, es decir, el pago de una suma de dinero, puede convertir en propiedad todo cuanto existe en este mundo. Con este fin, la libertad de mercado se sirve de dos estrategias, que son a su vez decisivas para su caracterización:

1. Incluso aquellas necesidades que por el momento no han podido ser satisfechas serán saciadas en el futuro, puesto que, según la metafísica del mercado, todo aquello por lo que los seres humanos pagan dinero activa su espíritu inventor y su inteligencia técnica y, si disponen de tiempo ilimitado (ver 2.2), pueden producir todo aquello que los seres humanos deseen poseer<sup>112</sup>.

---

<sup>111</sup> Adorno acentuó esta crítica: el distanciamiento de la naturaleza al invertir el dominio de la naturaleza sobre los hombres en dominio de los hombres sobre la naturaleza no supone la ruptura del hechizo, sino su reproducción: es la mimesis de su violencia, que puede apreciarse en las catástrofes sociales y políticas de los siglos XIX y XX, que potenciaron las contingencias naturales de malas cosechas, inundaciones y terremotos. En la medida en que la guerra moderna y el genocidio resultan impensables sin un determinado nivel de desarrollo técnico, los efectos de la técnica no implican necesariamente la ruptura de la fatalidad natural, sino que se han probado en ambas guerras mundiales como su culminación. Un análisis como el que Adorno y Horkheimer plantearon en *Dialéctica de la Ilustración* debe ser mediado con la teoría de la mercancía: lo que se desencadena en la razón instrumental no es la naturaleza como tal —eso estaría por debajo del nivel de la crítica de la razón kantiana—, sino una naturaleza que ha sido arrancada de la unidad con sus posibilidades, tal y como las reconoce la razón práctica.

<sup>112</sup> Ottmar JOHN, "Fortschrittskritik", en: J. Bruhil, K. Füssel, P. Petzel, H. R. Schlette (eds.), *Misere und Rettung. Beiträge zur Theologie, Politik und Kultur. Nikolaus Klein SJ zu Ehren*, Lucern: Exodus, 2007, págs. 168-178.

2. Teniendo en cuenta que el acontecer del mercado es ilimitado y que todas las necesidades pueden ser satisfechas<sup>113</sup>, resulta comparativamente fácil limitar los anhelos y necesidades y darse por satisfecho con aquello que —ya ahora— puede obtenerse a cambio de dinero<sup>114</sup>. La emancipación de los valores de cambio respecto a los valores de uso y su universalización mediante la abstracción que subyace a dicha emancipación representan un proceso del que se sirve la libertad de mercado como acto fundamental que la hace posible.

Del mismo modo, la crítica de que la elección del sujeto económico en el mercado reduce la libertad a libertad de elección empíricamente mensurable —negando así toda posibilidad de interpretarla como capacidad universal de los seres humanos— no lleva a ninguna parte. Si el acto empírico de la elección no se refiere a un valor de uso concreto —un kilo de verdura en el mercado— sino a una mercancía definida mediante el valor de cambio y cuya forma material constituye una rematerialización más o menos arbitraria del valor de cambio abstracto o de su sustrato, la toma de posesión del valor de cambio participa de la universalidad de éste: en cierto modo se ve infectada por su abstracción.

### 3.2.2. *Libertad de mercado y libertad como concepto básico de la razón práctica*

La diferencia entre libertad de mercado y libertad para la acción moral puede apreciarse en que la libertad de mercado es la libertad del propietario: éste puede hacer y dejar hacer lo que quiera con su medio universal de intercambio: el dinero. Puede hacer lo que quiera porque dicho medio puede valorar cualquier contenido. En el caso de una universalización a fondo del mercado, de su expansión a la acción social y religiosa, parece que el dinero permitiría disponer de la libertad del hombre y de su relación con Dios. Pero precisamente los casos de la libertad y de la relación con Dios revelan que se trata de una confusión o —hablando críticamente— de una naturalización que pone a Dios al mismo nivel que los sustitutos y símbolos con los que es representado; esta naturalización comporta la destrucción de la función referencial de los símbolos y representantes de Dios en el mundo: Dios es identificado con sus sustitutos. Del mismo modo, la libertad es confundida con aquello que posibilita la existencia de valores de cambio y la posesión de mer-

<sup>113</sup> Al igual que más arriba la interpretación de la estructura temporal del carácter de mercancía ha sido fundamentada como eterno retorno de lo nuevo.

<sup>114</sup> Esta suposición de una renuncia en la demanda es necesaria para que no se pueda atribuir a los vendedores en el mercado un error categorial debido a la finitud de sus medios técnicos, que deben equiparar con la mala infinitud del progreso.

cancias: con la arbitrariedad. En ambos casos se trata de una reducción de la razón a la mitad y de un aislamiento de su potencial teórico, que de este modo crea la apariencia de que cualquier cosa pueda ser convertida en mercancía sin sufrir daños. El carácter de mercancía es concebido y trivializado como algo externo a las cosas naturales, a las facultades humanas y a la comprensión de la realidad, que consiste tan sólo en la cifra de su valor monetario y no afecta a las cosas, a las acciones y a los sucesos mismos. Sin duda es cierto que los valores de cambio y las mercancías no dan lugar a realidades separadas del mundo material tal y como lo conocemos, pero sí que aíslan ciertas propiedades objetivas de las cosas y de los seres humanos. El carácter de mercancía consiste entonces en que lo que se aísla, su carácter cuantificable, pasa a ser contemplado como su auténtica realidad.

Frente a semejante reducción de la realidad a su valor monetario y frente a la deducción de la libertad de mercado —reducida a la capacidad de disponer de estas cantidades materiales, que por tanto aparece como un contenido inmediato de la razón teórica— hay que recordar la dimensión moral de la libertad en la unidad de razón teórica y práctica<sup>115</sup>. En realidad, es cierto que tanto la libertad como el valor de cambio se deben a una abstracción. La libertad y las pretensiones de verdad teóricas sólo pueden realizarse con la condición de un previo distanciamiento de toda particularidad y concreción; la libertad y la verdad sólo son posibles cuando la razón está implicada.

Kant parte de la pregunta por la posibilidad de enunciados universales sobre la realidad. La universalidad de un enunciado y la abstracción de la particularidad y la individualidad de las cosas se condicionan. Semejante abstracción y universalidad es un acto de la razón; la capacidad humana de abstracción y universalidad se constituye en este acto. La cuestión es cómo se entiende a sí misma una razón que se realiza en la abstracción y la generalización. Abstracción y universalidad son actos de negación: ¿en qué consiste esta capacidad humana de negación, de prescindir de esto y de aquello? En principio, son posibles dos respuestas:

1. Dado que la abstracción consiste en actos que traen consigo consecuencias —cuantificables— para el conocimiento y la acción humana, la razón se pone como positiva en el acto de la abstracción; al abstraer de toda realidad, la razón toma conciencia de sí misma como realidad propia, distinta del resto.

<sup>115</sup> A este respecto, ver Magnus STRIET, *Das Ich im Sturz der Realität. Philosophisch-theologische Studien zu einer Theorie des Subjekts in Auseinandersetzung mit der Spätphilosophie Friedrich Nietzsches*, Regensburg: Pustet 1998, págs. 128ss.

2. Sólo puede haber una abstracción íntegra de toda realidad cuando la razón no se omite y comprende su propio no-ser —como potencialidad universal—. La razón no puede pensarse como algo real: porque abstrae de toda realidad. Por ello, la razón no es más que aquello que se presupone cuando los hombres hablan de realidades, las comparan o las subsumen bajo leyes universales.

En el primer caso, la razón que formula conceptos generales, relaciones y leyes existe antes de pensarlos. Por tanto, su capacidad de reconocer la realidad mediante estos conceptos generales es más bien una actualización de su propia sustancia: en el conocimiento se encuentra con su propia aporía. Entonces la razón existente ha clarificado ya hace tiempo por qué deben llevarse a cabo semejantes abstracciones: cuanto más se aleja la razón de la multiplicidad de la existencia material, tanto más se identifica consigo misma, más racional se vuelve. En el segundo caso ya no se puede clarificar por qué la razón debería abstraer de toda realidad remitiendo al hecho de una esfera pura de la razón. Tal esfera sólo puede existir si se la entiende como algo dependiente de la libre voluntad humana, que quiere que cuanto sucede en el mundo sea racional. Al mismo tiempo la libre voluntad, que es la causa del uso y el ejercicio de la razón, llega a ser universal para sí misma. Al realizarse en el ejercicio de la razón abstracta y universal, comprende la libertad de su propio carácter incondicionado —pero al precio de su no-realidad. Porque la libre voluntad es universal cuando se desliga de toda arbitrariedad individual y de todo deseo condicionado y se relaciona consigo misma. Y es que a ningún ser humano se le ha concedido identificar algo como incondicionado y universal desde el punto de vista material —esto sólo sería posible si semejante incondicionado material pudiera ser objeto de la percepción y de la experiencia.

En la conciencia de la determinación de poder sólo pensarse como universal sin ser universal, el sujeto de tal pensamiento —que de esta manera se decide a favor de su libertad— se encuentra remitido a la realidad para poder realizarla. La libertad incondicionada y universal sólo adquiere realidad en las condiciones del mundo finito y material. No puede perseverar en su estado de no-ser —de este modo la idea de libertad universal se anularía o se refugiaría en la razón sustancial, con las consecuencias ya señaladas más arriba. La libertad sólo puede ser pensada adecuadamente cuando se la piensa como un afán de realidad. Del mismo modo que en el pensamiento escolástico la forma sólo podía conservarse en la realidad material, la libertad incondicionada y universal sólo puede subsistir en condiciones materiales. Para la razón finita, la libertad siempre es incondicionada con ciertas condiciones,

sólo como una acción intencional dirigida hacia una mayor libertad es capaz de realizarse poco a poco, en procesos de aprendizaje individuales y sociales. La libertad formalmente incondicionada desencadena acontecimientos en el mundo que se designan mejor con la palabra dinámica “liberación”.

Si la razón entendida como sustancial se entiende como algo universal, ésta cobra realidad al distanciarse del mundo; tiene una estructura idéntica a la del valor de cambio y a la del carácter de las mercancías —la reflexión de un concepto de razón basado en la separación de razón teórica y razón práctica ofrece posibilidades de interpretación para la libertad de mercado, que se constituye independientemente de la dimensión moral de la acción humana. La razón sustancial tiene su universalidad independientemente del mundo finito. Si la razón concibe su propia finitud en la no-realidad de su universalidad, sólo puede adquirir realidad si acepta su propia dependencia de la única realidad que Dios ha creado e intenta realizarse en este mundo como acción moral<sup>116</sup>.

La libertad no puede persistir en la conciencia de su no-realidad, en su idealidad (en la mera conciencia de su libertad), porque es una capacidad práctica; es decir, el deber y querer realizarse forma parte de la autoconciencia de su no-realidad —de lo contrario no sería consciente de sí misma como libertad. Pero la libertad tampoco puede “hacerse” y realizarse en los modos de la acción instrumental. La libertad sólo puede hacerse realidad en el reconocimiento de la libertad de otros. Este reconocimiento tiene una estructura recíproca y se encuentra siempre en peligro. Pero sólo así puede hacerse realidad la libertad en las condiciones de este mundo. La estructura del reconocimiento es la base de toda acción. Identifica

---

<sup>116</sup> Eso tiene consecuencias para las dos exposiciones críticas que fundan el concepto de la libertad de mercado con la prueba de su particularidad; las dos deben pensarse con más precisión, puesto que no tienen en cuenta la ruptura epocal entre el intercambio natural y el intercambio de valores de cambio, entre utilidad y propiedad, entre producto y mercancía. La crítica de la libertad de mercado debe plantearse con mayor profundidad si quiere alcanzar a su objeto; porque la libertad de mercado se constituye en relación con algo enormemente abstracto y general. 1. Si la libertad de mercado es entendida como una acción empíricamente medible en el mercado, puede parecer particular desde fuera. Pero la autoconciencia de sus sujetos es al mismo tiempo la autoconciencia de su realidad —porque su realidad demuestra la libertad de mercado en su relación con valores de cambio. 2. El distanciamiento de la naturaleza mediante su transformación en cosas útiles gracias al trabajo humano puede constituir una acción moralmente positiva. Para que pueda serlo, la libertad que lo motiva tiene que ser universal: debe constituirse en la referencia afirmativa a otra libertad, tomar conciencia de su libertad en el reconocimiento de la posibilidad de otra libertad. Lo falso en la libertad de mercado no es su falta de universalidad, sino su universalidad falsa, que se revela meramente teórica. La libertad de mercado no conoce la abstracción y la negatividad de la libertad incondicionada, sino que contempla su reflejo en la formalidad de los precios o del estado de las acciones en bolsa.

en la libertad del otro aquella dimensión de sí mismo de la que no puede disponer, que ninguna violencia externa puede producir y que ninguna incitación puede causar: aquello que sólo existe porque y cuando es reconocido.

### 3.2.3. *Libertad de mercado y gnosis*

Para que los resultados de la reflexión sobre la libertad puedan ser útiles para la crítica y la limitación (ver 3.3) del concepto de libertad de mercado, debemos volver al punto de partida de este razonamiento: En una sociedad en la que la relación entre oferta y demanda se armoniza mediante el mercado, la multiplicación ilimitada de la oferta de nuevas mercancías (debido al ilimitado progreso técnico) sólo es razonable si puede suponerse un incremento ilimitado de las necesidades. Dicho incremento ilimitado de las necesidades humanas sólo es concebible a condición de una renuncia: las necesidades ni pueden ser denotadas por los anhelos religiosos ni ser equiparadas con el deseo de objetos materiales que tienen una existencia única en el aquí y el ahora. Las necesidades son definidas como aquellas aspiraciones humanas que pueden ser satisfechas mediante objetos adquiribles mediante la compra: mediante mercancías. Las mercancías son objetos cuyo carácter cuantificable ha sido aislado como valor de cambio y que se relacionan con su substrato material dominándolo, hasta el punto de crear nuevos valores de uso o hasta el punto de que el valor de cambio se constituye como valor de uso<sup>117</sup>.

El mito gnóstico advierte del modo en que la emancipación del valor de cambio respecto al valor de uso ha transformado la relación de la forma de la mercancía con la materia de las cosas: Frente al carácter formalmente incondicionado de la libertad, que depende del mundo material para poder realizarse, la forma de mer-

---

<sup>117</sup> El carácter ilimitado del desarrollo de las necesidades es una implicación lógica, no sólo psicológica, de los pagos por adelantado y del gasto de energía vital, capacidades, seguros de pensiones, etc., sin poder estar seguro de que estos gastos vayan a ser remunerados por el mercado. La libertad de mercado, tal y como se ha señalado, implica la completa apertura y capacidad de desarrollo de la naturaleza de las necesidades humanas. Esta apertura se define por la ausencia de toda determinación del contenido de las necesidades. Por tanto, ningún contenido puede ser designado como satisfacción de las necesidades humanas –tampoco la superación de las carencias ni que todo placer sea accesible para todos–. Las necesidades y su satisfacción han adquirido carácter de mercancía. La necesidad se ha emancipado de los contenidos del deseo, del anhelo y de la esperanza de los seres humanos: una necesidad es aquello que puede ser satisfecho con una mercancía y con la correspondiente compra. Del mismo modo que el carácter de mercancía es una propiedad de las cosas que las convierte en mercancía y hace de ellas un mero pretexto para el intercambio, ésta es la razón de las modas y su constante cambio: éstas son percibidas como nuevas incluso si su contenido representa la repetición y el retorno de lo conocido y familiar. Sólo la forzada falta de memoria del público es capaz de contemplar lo siempre igual como si fuera nuevo.

cancia se constituye como una sustancia que mantiene una relación arbitraria con su substrato material —hasta el punto de transformar su materialidad o de aniquilarla. Del mismo modo que, en el mito gnóstico, la razón dotada de mayor claridad y transparencia es aquella que se ha liberado de toda materialidad turbia y contaminante como de una prisión, la mercancía que permite mayor incremento del beneficio es aquella que más se ha despegado de la economía real, cobrando su valor únicamente de la mera circulación del dinero. Cuanto menos tiene que ver el capital con el trabajo, cuanto más remite a otro capital, tanto mayor es el crecimiento.

Pero el mito gnóstico es un error y una falsa concepción del mundo. Debe ser rechazado: quien lo aprueba, aprueba también su idea de redención. Ésta consiste en la aniquilación del mundo —que en el siglo XX no fue una mera metáfora, sino que se materializó en el exterminio de una parte considerable de la humanidad, como Benjamin formulara sagazmente, anticipando el asesinato de masas y la guerra mundial que se aproximaba<sup>118</sup>. El mito gnóstico debe ser desmentido en nombre de una religión para la que el mundo es obra de Dios y el ser humano está dotado de libertad para corresponder al encargo del creador y poder dar forma al mundo.

El error de la gnosis consiste en que tiene un concepto de razón falso. Una teología que persista en un concepto de razón finita debe remontarse más allá de la libertad que se manifiesta en el mercado para cuestionar y analizar las figuras históricas y sociales de la libertad. Este análisis se basa en un concepto de libertad que asume que todo acto que su sujeto entiende como realización de la libertad, contiene también una pretensión absoluta que no podrá realizarse hasta el día del juicio final. Esta diferencia trascendental de toda libertad que se afirma como real vale tanto para un concepto de libertad entendido como efecto —en último término heterónimo— del dominio de la naturaleza, como para una libertad que cree aumentar su realidad mediante la aniquilación del mundo. También la puesta en escena y la implantación de cantidades inteligibles como las que representa el valor de cambio abstracto que determina las mercancías son resultado de la libertad finita —si es que se abandona la separación de razón teórica y razón práctica y se busca su unidad y su diferencia en una relación de fundamentación recíproca—. Ya Tomás de Aquino sabía que la voluntad mueve la razón, pero la razón práctica necesita la razón teórica para poder pensar la idea de libertad universal y para poder realizarla bajo las condiciones de la naturaleza, que la razón teórica comprende según sus propias leyes.

<sup>118</sup> Walter BENJAMIN, *Briefe*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1978, pág. 762.

Este concepto de libertad es universal y puede cuestionar críticamente las figuras de la libertad fáctica según su propia medida. Es universal porque su fundamento es un libre acuerdo consigo misma. La determinación de la libertad para sí misma no es un acto instrumental, sino moral: afirma el imperativo de que la libertad debe ser libertad de todos los hombres. O, lo que es lo mismo: dado que la actividad de la razón finita no puede producir por sí misma su propia condición de posibilidad, sino que sólo puede reconocerla, su presupuesto es universal. Y eso significa que es una posibilidad que está por principio abierta a todo ser humano y que debe atribuirse a todo ser humano, pero que cada uno tiene que hacer realidad por decisión propia.

### 3.3. Las condiciones para la relativización de lo económico: libertad y religión

En el apartado 3.2 la economía de mercado ha sido criticada como reducción a la razón teórica y separación de la razón práctica, que acaba por reducir la libertad de mercado a la opción no influenciada por una u otra mercancía. La libertad de mercado no es un bien que deba ser realizado, sino la capacidad empíricamente observable de los seres humanos para imponer su voluntad, ya sea individualmente o en grupo. Hasta ahora la crítica se ha limitado a mostrar una carencia en la libertad de mercado, probando su falta de universalidad. Esta crítica debe ser confirmada mediante el señalamiento de aquellos momentos en el ejercicio de la libertad de mercado que remiten a esta carencia. El presente apartado pretende hacerlo a través del rastreo de manifestaciones de intersubjetividad en la vida del mercado<sup>119</sup>. El punto de partida son las diferentes determinaciones de la relación entre valor de uso y valor de cambio, tal y como han sido introducidas en el apartado 1.1.

Benjamin, y sobre todo Adorno, radicalizaron el concepto de mercancía con respecto a Marx. Ambos contaron con la posibilidad de una emancipación total del valor de cambio respecto al valor de uso. Semejante distinción permite dos cosas: en primer lugar, ante el desarrollo catastrófico del capitalismo en los años treinta del pasado siglo, permite comprender que el capitalismo es resistente contra la Ilustración —y por tanto pone en claro su carácter inclarificable<sup>120</sup>. Ante la catástrofe

<sup>119</sup> Para ello, ver Peter ULRICH, *Zivilisierte Marktwirtschaft. Eine wirtschaftsetische Orientierung*, Freiburg i.Br.: Herder, 2005.

<sup>120</sup> El autor juega aquí con las diferentes significaciones del término *Aufklärung* en alemán, que se pierden en la traducción castellana. Por un lado designa la época histórica y los cambios culturales y políticos que en castellano recoge el término “Ilustración”. Por otro lado, designa otros sentidos como “explicación”, “clarificación”, “aclaración”, “educación”, etc., es decir, de modo general, el de-



que se avecinaba, se trataba de recobrar la capacidad de acción política y de liberarse de los bloqueos del crudo naturalismo. En segundo lugar, el concepto ampliado y radicalizado de mercancía convertía su inteligibilidad y su universalidad en un problema de la razón teórica. Las economías y sociedades controladas por el intercambio de mercancías y por el comercio de dinero producen su universalidad al reducir la razón a su capacidad teórica. La libertad de mercado se establece como poder de disposición del propietario burgués; si la razón práctica es negada, toda oposición y todo rechazo resultan impensables y absurdos.

Como concepto de la autorrealización de la razón abstracta, la mercancía no era ni mera apariencia ni una simple manera de relacionarse con los bienes producidos. Es cierto que la insolubilidad del vínculo del valor de cambio con el valor de uso se había revelado una falsa creencia metafísica, pero la mercancía no puede ser pensada al margen del trabajo humano y de la transformación o el cultivo de la naturaleza. La economía de mercado gobernada por el valor de cambio repercute en el acontecer de la economía real. Eso puede ser descrito de tres modos:

1. Pese a ser una actividad humana, el trabajo es definido como un actividad

---

sentrañamiento crítico de la realidad y el desenmascaramiento de posibles falsas apariencias o engaños (*Nota de los traductores*).

<sup>120</sup>Véase al respecto el *topos* de la “segunda Ilustración”, que desempeña un papel importante en el conjunto de la teoría crítica y adquiere una formulación vinculante en la *Dialéctica de la Ilustración*. J. B. Metz ha introducido este *topos* en la teología: gracias a esta idea, entendida filosóficamente, la teología puede profundizar su (positiva) relación con la Ilustración (cfr. Johann Baptist METZ, *Glaube in Geschichte und Gesellschaft. Studien zu einer praktischen Fundamentaltheologie*, Mainz: Matthias Grünewald Verlag, 1977, págs. 30 ss.). Desde esta perspectiva, el vínculo de los valores de cambio con los valores de uso y con los procesos de trabajo social aparece como una reducción naturalista y una trivialización del peligro que comporta la sociedad capitalista. Sobre todo la confianza en el progreso y en que la historia avanza hacia lo mejor con una necesidad natural, a espaldas de los individuos que actúan moral y políticamente, se revela como una ilusión similar a la religión, para la que la existencia de un más allá de la historia reconciliado está dada de modo incuestionable; ambas tienen en común su efecto quietista sobre la praxis humana: no se puede hacer nada al respecto. La acción humana no es más que ornamentación, ya sea de la historia sagrada garantizada por Dios o del desarrollo superior de la humanidad causado por la naturaleza, en el que el incremento de la competencia moral de la raza humana aparece como efecto necesario del desarrollo técnico.

Una interpretación naturalista del concepto de mercancía —como ocurre cuando Marx lo deriva de la historia natural o cuando se lo concibe como un método para acelerar su desarrollo— pasa por alto tanto el aguijón y la resistencia al esclarecimiento de los mecanismos anónimos del mercado y de sus efectos sobre los seres humanos como el significado de la praxis moral para la limitación de sus tendencias expansivas. El reconocimiento de los caprichos teológicos de las mercancías como una superstición parecía ahorrar a los sujetos todo esfuerzo por defenderse de los efectos del mecanismo del mercado. Posiblemente esta infradeterminación naturalista era una astucia del capitalismo, que le permitía debilitar la competencia moral de los seres humanos e instalarse como mecanismo de dominio y exclusión de forma duradera y presentarse como algo que no puede ser eliminado.

regida por leyes naturales, de carácter técnico, y de este modo “libre” de consideraciones morales.

2. La capacidad técnica de los hombres, que se desencadena en el trabajo, puede calar hasta las estructuras biológicas, químicas y físicas de los procesos naturales.

3. En diferentes niveles del desarrollo técnico se reduce la cantidad de fuerza de trabajo necesaria, que queda disponible para el sector servicios. La técnica transforma el sistema del trabajo. Las actividades que exigen competencias intersubjetivas y comunicativas determinan cada vez más el modelo rector del trabajo.

Pese a todo, sigue habiendo una diferencia lógica entre la emancipación total del valor de cambio de la producción de bienes y el grado alcanzado en el dominio de la naturaleza: la producción de bienes interviene en la naturaleza de modo consecutivo en procesos estructurados temporalmente y la transforma; pero el *objetivo* del desarrollo sigue siendo —al menos por un tiempo considerable— el punto final del dominio de la naturaleza; en este momento, como ya se ha señalado, sólo es concebible que ese objetivo sea alcanzable como un proceso sin fin. A esto se añade que el trabajo siempre depende del material sobre el que opera —ya sea porque depende de los requisitos simultáneos y actuales, ya sea porque también la técnica que se utilice en el estadio final del desarrollo técnico, que aún no puede ser pronosticada, se deberá a los esfuerzos de las generaciones precedentes. Frente a ello, el modelo de una mercancía totalmente independiente del valor de uso y de la dimensión material parte del punto final ideal de un desarrollo. Su proceso es la autorrealización del valor de cambio como forma pura. Éste se realiza en la modelación de aquellas propiedades de las cosas que son cuantificables y universalizables; su éxito consiste en la eliminación de todo lo individual y particular.

Sin embargo, la concepción naturalista del desarrollo técnico y la autorrealización de la razón abstracta coinciden en un aspecto: ambas se apoyan en presupuestos que podrían hacerlas estallar en su totalidad. Ambas dependen de que los seres humanos abandonen sus responsabilidades morales y políticas. Porque también la reducción de la vida humana al mero esquema de estímulo-respuesta para la satisfacción de las necesidades es siempre en último término una autorreducción. También la renuncia a la libertad, la armonización con la violencia externa o la interiorización del poder siguen siendo actos libres —y la fundamentación última de esta hipótesis es que debe ofrecerse resistencia a todo incremento de la represión y la alienación de los seres humanos que se presente como un acontecimiento de necesidad natural o como un destino ineludible. Las teorías que intentan comprender

la lógica del mercado y las relaciones que se realizan en ella combinan generalmente dos funciones básicas:

1. El mercado es un mecanismo de selección: se imponen los productos y modos de producción que son mejores y más eficaces; quien produce peor y más caro, se queda en el camino. Sin embargo, este mecanismo no ofrece una definición suficiente de la función del mercado en el capitalismo; en las sociedades pre-industriales, el mercado también había servido para la competencia por obtener clientes. La distinción entre capital y trabajo es básica para el capitalismo; la posesión de un mayor valor de uso no garantiza que un producto obtenga un precio elevado.

2. El mercado es un mecanismo de información y distribución que ejerce como mediador entre el trabajo invertido y el dinero disponible. Cada elección de compra informa a los productores sobre las necesidades reales, indicándoles lo que deben producir y lo que no<sup>121</sup>. Pero esto no significa que los hombres compren lo que necesitan: deben poder comprarlo y querer poseerlo —si lo necesitan realmente o no es su secreto privado. El mecanismo del mercado canaliza los flujos de dinero tanto hacia donde hay demanda como hacia quienes satisfacen esta necesidad del modo más eficaz y con los menores costes. De este modo regula la cooperación entre seres humanos.

En una sociedad regida por la división del trabajo y con una producción altamente especializada, el comercio es la única posibilidad de completar un producto parcial con otros productos parciales, la competencia parcial con otras competencias parciales, para poder crear así en absoluto valores de uso. Es decir, el mercado no sólo permite a los hombres actuar de modo distanciado respecto a la naturaleza inanimada, sino también respecto a otros hombres —no en la medida en que intercambian su fuerza de trabajo cosificada, sino en la medida en que pueden cooperar o cerrar contratos con ellos. Y cerrar un contrato presupone determinados requisitos morales, como la veracidad y la fidelidad al contrato<sup>122</sup>.

<sup>121</sup> En este punto se plantea la pregunta de si quienes participan en el mercado no pueden suministrarse falsas informaciones sobre sus necesidades y de esa manera provocar inversiones fallidas. La respuesta a esta pregunta debe referirse a la doble función del mercado, puesto que una sola función no puede actuar al margen de la otra. La información garantiza al cliente el precio que gasta en la compra de la mercancía. O, al revés: una información falsa costaría dinero.

<sup>122</sup> Puede afirmarse con cierta seguridad que estas actitudes morales constituyen los condicionantes para el funcionamiento de una economía de mercado, pero éstas no se originan mediante la producción de las condiciones que la economía de mercado requiere para el comercio —dependen de instancias extra-económicas, en pocas palabras: de que el mercado no lo domine todo (cfr. Johannes HOFFMANN, "Wettbewerb in der Marktwirtschaft aus der Perspektive theologischer Ethik", en Paul-Chummar CHITILAPPILLY (ed.), *Ethik der Lebensfelder*, Friburgo, Herder, 2010, págs. 201-223).

El acontecer del mercado ha optimizado e incrementado exponencialmente el dominio social de la naturaleza, puesto que permite realizar la división del trabajo a través de grandes distancias. Las antiguas teorías asumían que en el mercado se ponían en venta únicamente productos acabados que competían entre sí. El propio trabajo, según el modelo de trabajo en equipo de la industria pesada, parecía estar marcado por la cooperación de los seres humanos. Algunos autores vieron en esta cooperación desarrollada en las grandes empresas la cuna de una sociedad solidaria, que debía liberarse de las ataduras que le imponía el capitalismo de la competencia para evitar el despilfarro de fuerza de trabajo invertida y producir riqueza social de modo planificado y organizado, sin las pérdidas ocasionadas por la anarquía del mercado. Entretanto, el modelo del mercado ha penetrado hasta los más finos resquicios de la organización del trabajo y de las relaciones laborales. Existen mercados de trabajo dentro de las propias empresas y mercados para productos intermedios y semi-elaborados. Un mecanismo doble de selección y cooperación optimiza los productos en cada nivel de su producción. Ya no se puede partir de un proceso en el que los trabajadores colaboran en primera instancia —es decir, durante la producción dentro de la gran empresa— para después, cuando sus productos forman parte de la oferta en el mercado, competir con los trabajadores de otras empresas. Mientras estén cooperando, podrán producir valores; en caso de sobreproducción, crisis financiera o *crash* bursátil, dichos valores serán de nuevo aniquilados en el mercado. Sin embargo, esta idea de la relación entre cooperación y competencia se revela romántica y anticuada; cooperación y competencia se funden más bien en una amalgama indisoluble y cambiante: las relaciones del mercado se reproducen a escala reducida dentro de la empresa. Existen mercados de trabajo dentro de la empresa: distintos sectores de una empresa, incluso departamentos, compiten entre sí y se arrebatan encargos mutuamente. Los departamentos a los que no se les asigna trabajo alguno se cierran. Los costes de producción se calculan hasta los últimos detalles. La competencia reduce la disposición a la cooperación por parte de los trabajadores: todos trabajan contra todos para recibir beneficios individuales. Por otra parte, ¿puede la cooperación influir la competencia, superarla o al menos suavizarla? Se dan experiencias de que existe una competencia para conseguir ventajas, pero que ésta cesa en el momento en que la existencia del otro está amenazada. La red social que instituye la competencia como libre juego de fuerzas y protege al perdedor de la aniquilación cuenta con una amplia aprobación. Las teorías del *management* ponen de manifiesto que la dirección de la em-

presa y de los trabajadores mediante la cooperación es más exitosa y más soportable que la aplicación de la fuerza desde fuera —las relaciones de competencia suponen también una coacción externa sobre cada uno de los trabajadores<sup>123</sup>.

En lo que sigue, el mecanismo de mercado será concebido como una relación de mutuo condicionamiento entre cooperación y competencia<sup>124</sup>. En primer lugar es necesario introducir algunas observaciones sobre la amenaza de la cooperación a través de la competencia: cuando el mecanismo de mercado se reproduce a todos los niveles, afectando incluso a la competencia de los trabajadores entre sí, todo aquel que compita con sus colegas debe poder ser en un cierto modo autónomo y su propio empresario; está obligado a apropiarse de la libertad de mercado. Sin embargo, la libertad de mercado obstaculiza o destruye la solidaridad profesional y la disposición a la cooperación. Esto puede apreciarse en la reconstrucción de su carácter inteligible y de su lógica interna. La libertad de mercado es una capacidad universal porque se constituye en relación a valores de cambio abstracto, mediante la posesión de dinero. Y los valores de cambio abstracto hacen efectivo el distanciamiento del mecanismo natural, que constituye el requisito para que pueda existir algo distinto de la causalidad natural. La libertad de mercado instaura una causalidad propia, pero no consiste en la libertad para la acción moral ni en la que permite disponer de la naturaleza. Si se emancipara de modo inmediato de la naturaleza mediante el trabajo seguiría siendo particular; porque el dominio de la naturaleza mediante el trabajo es intrínsecamente provisional e incompleto, pero el valor de cambio que puede ser empleado globalmente constituye una emancipación completa. La libertad respecto a los valores abstractos y a la posesión de capital es el resultado de la razón teórica, que creó estos valores de cambio abstracto para la optimización del dominio de la naturaleza y más tarde éstos, en un determinado nivel del desarrollo, se independizaron<sup>125</sup>. Dado que la universalidad de la libertad

<sup>123</sup> Cfr. Ursula WOLASCH, *Normenkodizes in Unternehmen. Kundenorientierung – Strategisches Management und christliche Sozialethik im Dialog*, Münster: LIT, 1999.

<sup>124</sup> Comprender el mecanismo de mercado como pura relación de competencia podría no tomar en consideración una serie de datos empíricos —especialmente decisiva resulta la creencia por parte de muchos seres humanos de que sólo pueden participar en la sociedad tomando parte en el sistema del trabajo. La participación social consiste tanto en la conciencia de la pertenencia y de seguridad del aprovisionamiento como en la posibilidad de establecer relaciones sociales. Las demás instancias de mediación, como por ejemplo la gran familia, están cada vez más debilitadas.

<sup>125</sup> Hay que distinguir la mercancía como resultado de una razón reducida a su capacidad teórica de aquella comprensión negativa de la libertad en Kant, que representa la clave de la reflexión de la razón pura y de la necesaria transición a la razón práctica (ver el comienzo de la *Crítica de la razón práctica*, Immanuel KANT, *Werkausgabe* 7, págs. 107 s.).

de mercado es únicamente resultado de la razón teórica —consiste en la formalización y la abstracción producida por el sistema del dinero y en la conciencia de poder poseer con él todo aquello que sea valorado en dinero— no está limitada por ninguna ley de la razón práctica. Nadie está obligado a realizar el bien moral con el dinero que —por las razones que sea— posee o podría poseer<sup>126</sup>. ¿Dónde está el error en esta universalidad abstracta, entendida en sentido meramente teórico? Más arriba, el análisis de una razón sustancialista y gnóstica ha mostrado que su falsedad consiste en que semejante razón, completamente abstracta y formal, se establece a sí misma como realidad y adquiere su universalidad mediante la aniquilación de la realidad material. ¿Se han convertido los individuos que sólo pueden interactuar de manera intersubjetiva en magnitudes residuales del sistema económico gobernado por valores de cambio abstractos? Y la competencia, ¿no aniquila a cada uno de los otros tanto física como idealmente? El otro no está presente en los procesos de producción e intercambio como propiamente él, sino en la medida en que es un elemento de una universalidad abstracta: la individualidad del individuo sólo interesa en la medida en que pueda acreditar la posesión de dinero o producir algún rendimiento. Desde esta perspectiva, el individuo sería un mero ejemplar de su especie.

Pero esta reducción y autorreducción del capitalismo no puede ser total, porque en tal caso no podría ser reconocida como tal ni ser valorada negativamente. El conocimiento de una reducción o de una abstracción presupone siempre la perspectiva de quien abstrae y de quien es reducido. De acuerdo con ello, la cuestión es: ¿puede una abstracción total dar a conocer su propio carácter abstracto mediante la coerción a establecerse como realidad? —ésa es la respuesta que plantea Zamora con los medios del pensamiento de Adorno<sup>127</sup>— o ¿es la indignación moral la que, en cierto modo desde fuera, se revuelve contra este proyecto de reducción de la historia e intenta limitarlo? La posibilidad de una crítica inmanente de la razón abstracta y formal depende de que la individualidad, la libertad y la moralidad humana sean consideradas requisitos de la existencia histórica y de su supervivencia. Si el ser humano es reducido a elemento funcional de la maquinaria social, en cierto

<sup>126</sup> ¿Qué es una operación comercial a plazo: la posesión de riquezas o la posibilidad de ser rico o de perder mucho dinero? ¿Qué es la posesión de acciones? O ¿una cuenta bancaria en un banco en quiebra? Resulta ingenuo concebir la posesión de dinero como si fuera igual que tener una salchicha en la mano —como el agricultor que abre por primera vez una cuenta bancaria y, ya al día siguiente, va a preguntar al banco si esta todavía existe y pide que se la enseñen.

<sup>127</sup> José A. ZAMORA, *Krise...*

modo a su mera universalidad, el capitalismo se destruirá a sí mismo. Un capitalismo de la pura competencia, limpio de toda cooperación, estaría condenado al hundimiento. Pues para su existencia requiere al menos una ley general de la razón práctica: sin la decisión general del uso de la razón y la convicción general de que es bueno usar la razón no podría haber valores abstractos; éstos se deben a una operación de la razón, en concreto a su capacidad de prescindir de toda individualidad, particularidad y materialidad de las cosas. Sin la aceptación del uso de la razón como un deber, como un bien, no podría haber consenso sobre si está justificado fijar valores de cambio. La economía de mercado sólo funciona a condición de que todos los sujetos económicos estén de acuerdo en que el precio es adecuado y actúen en consecuencia<sup>128</sup>. Esta adecuación no remite a la adecuación respecto a una realidad objetiva y dada de antemano, sino que es adecuada porque ha sido fijada por una razón capaz de abstracción. Pero, si la capacidad de reconocer algo como un deber y de seguir una ley general de la razón práctica es presupuesto y condición de posibilidad de la razón que se pone a sí misma, entonces, fenómenos de cooperación y solidaridad, de fidelidad al contrato y de sostenibilidad pueden ser presentados como implicaciones de la economía.

A esto se opone la idea de que las leyes de la razón práctica no poseen ninguna legalidad objetiva, sino que sólo son necesarias y universales cuando se basan en la decisión de la libertad a favor de sí misma. Afirmarlas como presupuesto necesario del capitalismo implicaría negar su carácter práctico. No puede haber una prueba empírica de que la cooperación en el trabajo se origine a partir de su decisión de hacer el bien. Pues la cooperación es una implicación necesaria del mecanismo de mercado, en la medida en que éste se implica en la organización de procesos de producción según la división del trabajo. La cooperación sería entonces un concepto escindido: si proviene de la descripción de una convivencia humana reglamentada moralmente y de unas relaciones basadas en el reconocimiento, pasa a convertirse en un concepto meramente funcional en el proceso de economización de todas las dimensiones de la vida característico del capitalismo; con la imposición del capitalismo pasa de ser un concepto de la razón práctica a ser un concepto de la razón teórica: sería tan ambiguo como el concepto de valor.

---

<sup>128</sup> Esto implica por ejemplo el valor constitutivo de la fidelidad al contrato (Richard SAAGE, *Vertragsdenken und Utopie. Studien zur politischen Theorie und zur Sozialphilosophie der frühen Neuzeit*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1989).

Pero es necesario distinguir entre la cuestión de la unidad de la razón teórica y la razón práctica en el capitalismo y el problema de la relación entre libertad y naturaleza, o mejor dicho, entre la causalidad como resultado de la libertad y la causalidad natural. La libertad presupone la distancia respecto al mecanismo natural, pero no la separación de la naturaleza. Al contrario: al no poder adquirir la libertad más que en la abstracción de contextos naturales, la realización de la libertad no puede prescindir de la naturaleza. La naturaleza es la instancia de la realidad creatural, que condiciona la libertad finita pero no la erradica. Bajo las condiciones de la naturaleza, la libertad puede realizarse como transformación y cultivo de la naturaleza.

El problema de la compatibilidad entre causalidad natural y causalidad como resultado de la libertad resulta más fácil de resolver que el problema entre la auto-fundación de la razón teórica y la concepción de la razón como unidad de razón teórica y razón práctica. Es necesario distinguir ambos problemas, porque de lo contrario podría alimentarse el malentendido de que el problema del capitalismo afecta a la esfera material de la vida, mientras que el de la moralidad y la libertad afecta a la esfera espiritual de la vida. Operar con este modelo de esferas resulta más apropiado para favorecer y posibilitar la operación básica de establecimiento de los valores de cambio abstractos en tanto que autoestablecimiento de la razón teórica, así como su separación de la razón práctica y sus pretensiones de deber, que para fundamentar la dependencia de la economía capitalista de presupuestos morales. La libertad puede conciliarse con la necesidad natural, pero aquello que es causado mediante la inversión de dinero no puede ser libre, y por ello tampoco moral. Esto se manifiesta en el fenómeno del amor: amor y solidaridad son siempre una aceptación completa de la naturaleza del otro. El amor acepta al otro como ser humano libre, pero acepta también los requisitos que le permiten realizar su libertad, la integridad de su existencia física —la unidad de ambos constituye la dignidad humana. El amor que es provocado por un impulso distinto, por ejemplo por la perspectiva de una gratificación financiera, no puede ser libre. A no ser que el destinatario de la gratificación conserve una identidad independiente de la circulación del capital y del intercambio de mercancías. Pero a su vez esto implica que la prestación de cuidados y servicios no es ni puede ser tan sólo consecuencia del empleo de medios. Esto no puede ser comprobado como un hecho empírico, sino únicamente como exigencia a los sujetos de tales profesiones.



Esta exigencia sólo es posible si se asume la perspectiva de la unidad de razón teórica y razón práctica. Desde esta perspectiva, la razón teórica que fija su propia abstracción aparece como una reducción de las posibilidades de la vida humana — posibilidades que sólo pueden realizarse por obra de la libertad. Pero esta perspectiva se basa en condicionantes sociales que requiere para poder existir: la existencia social de la religión como último límite contra la expansión del capitalismo. Si la religión en sentido amplio se constituye mediante la aceptación de algo absoluto como dado, la autorrealización de lo absoluto mediante la razón implica rebasar este límite. Sin embargo se trata de un límite que sólo puede inferirse de modo especulativo, puesto que no es empíricamente demostrable. No todos los fenómenos que se entienden como religión son auténticos ni pueden limitar la razón que se funda a sí misma, como muestra el hecho de que la extrapolación de sus tendencias sólo pudiera ser expresada y descrita en conceptos de fenomenología religiosa de la gnosis. La única instancia interesada en distinguir entre un absoluto no disponible y anterior a la historia de la especie y el carácter incuestionable y disponible del valor de cambio que se obtiene en el mercado es la razón que aspira a realizarse como bien —que ciertamente sabe que tal aspiración sólo es posible como realización de la vida individual y que, por su finitud, no dispone ni de sí misma ni del objetivo de su realización. Sólo si hay algo no disponible, tiene sentido aspirar a algo no disponible, a saber: a la realización de la razón como unidad de teoría y praxis.

Como se ha señalado anteriormente, el acontecer del mercado implica relaciones intersubjetivas. Ante la perspectiva de un poder de disposición total sobre las cosas y las mercancías, el resto de seres humanos y sus derechos aparecen como una limitación de la libertad<sup>129</sup>. Pero esto es un engaño en sentido doble: 1. Un engaño sobre el carácter social y, por tanto, no individual de la libertad de mercado y 2. Un engaño que oculta que la libertad sólo puede adquirir realidad y ganar intensidad mediante la afirmación de la libertad de otro.

La libertad que se constituye como autoproducción sólo es universal en la medida en que representa un proceso social y en último término global: el sometido

---

<sup>129</sup> Eso es consecuencia necesaria de la reducción de la comprensión de la libertad a mera ausencia de coacción externa. Si se asume que la libertad es real y que sólo llega a ser real mediante la negación de todas las circunstancias externas, entonces no puede haber ninguna realidad externa que favorezca la realización de esta libertad, y mucho menos que la condicione; por otra parte la libertad de los otros hombres aparece entonces como una circunstancia limitante. Esto afecta sobre todo al concepto de libertad que siguen las doctrinas de Hobbes y Locke.

miento de todas las circunstancias vitales a la circulación del capital. Ésta es más o menos completa según el grado en que ha eliminado los recursos del mundo de la vida. Considerarla como aquello que posibilita la individualidad constituye un autoengaño de rango mayor, estructuralmente similar al del arquetipo de toda divinización de uno mismo: el arcángel en el apocalipsis. El origen de la libertad humana, el distanciamiento de la necesidad natural, revela que el uso de la libertad individual no está en contraposición con la libertad de otros individuos, sino que sólo puede realizarse como reconocimiento de la misma: el reconocimiento de otros seres humanos y de su derecho a la vida y a la libertad es condición de una comprensión universal de la libertad. El distanciamiento de todo condicionamiento natural sólo permite realizar el potencial de libertad humano como acto de la razón. Dado que el ser humano puede abstraer de toda particularidad de la naturaleza que le circunda y construir conceptos generales mediante el uso de la razón, puede también desarrollar una autoconciencia de la libertad. Por una parte los resultados de su abstracción posibilitan la optimización del trabajo y la técnica, pero por otra parte la meta del dominio de la naturaleza es el bien de los seres humanos —presupuesto para poder hacer realidad la libertad de todos. El reconocimiento de la libertad del otro es el sentido de la actividad económica y del dominio de la naturaleza. Pero al mismo tiempo el reconocimiento de la libertad del otro es condición de la libertad individual de cada uno. Ésta sólo puede llegar a ser consciente de sí misma al ser reconocida por otros —como algo incondicionado que sólo puede hacerse realidad bajo determinadas condiciones. La intersubjetividad es el lugar de mayor perfección de la libertad: en ella, uno no se conquista a sí mismo mediante la disposición, sino mediante el reconocimiento de lo no-disponible. Este elemento por principio no-disponible se da en la libertad de otros seres humanos.

Dado que esta libertad como capacidad no disponible de los otros debe existir, y dado que hay seres humanos que así lo quieren y que hacen realidad su voluntad, se puede relativizar la totalidad del mercado. El mercado es sólo un mecanismo de intercambio de mercancías enormemente complejo. Contempla todo cuanto existe en el mundo en la medida en que puede ser objeto de intercambio. En este sentido no sólo tiende a la expansión espacial, sino también a someter todos los ámbitos de la vida humana. En la medida en que toman parte en procesos de intercambio, objetos, acciones sociales y servicios de asistencia, valores simbólico-culturales y propiedad espiritual, invenciones, etc., quedan reducidos a su valor de cambio, a su cifra abstracta. Lo que significan o lo que “son” más allá de tal cifra no puede

ser definido por el mercado. En cierto modo, el mercado opera como instrumento de valoración de la sociedad. Lo que tiene un determinado valor para todos, no implica que deba valer otro tanto para cada individuo.

De este modo, el funcionamiento del mercado y el intercambio de bienes puede ser normalizado como una función de servicio a la vida humana —pero sabiendo que la dinámica del mercado puede expandirse más allá de sus propios límites e independizarse.

Esta dinámica ha surgido a partir de la valoración de los resultados del trabajo humano como mercancía. En la transformación originaria de una cosa en mercancía, los productos son valorados según lo que los seres humanos pagan de hecho por ellos. Cuánto trabajo se invierte en su producción, si es utilizado y otras determinaciones objetivas de valor vinculadas a la cualidad y a las propiedades de las cosas pasan a ser cuestiones secundarias. Este modelo es dinámico, ya que en el curso de la historia económica lo que ocurría con las cosas se ha extendido a las acciones y actividades humanas<sup>130</sup>: hoy ya no resulta en absoluto escandaloso hablar de un mercado cultural o religioso. Sin embargo hablar de un mercado religioso pone de manifiesto una dicotomía fundamental que cobra expresión en dos momentos:

1. Se plantea la urgente cuestión de si las convicciones y verdades religiosas, así como la solidaridad y la humanidad, pueden ser en absoluto objeto de compra<sup>131</sup>; de si se resisten a su mercantilización, a su conversión en mercancías. En el mejor de los casos, la compra de un servicio puede ser interpretado como el pago por una acción que su agente *puede* realizar por afecto o libremente.

2. La reconstrucción económica de la acción social y las convicciones religiosas como momentos del acontecer del mercado las considera tan sólo como mercancías y valores económicos. Esta reconstrucción no está en modo alguno unida a la pretensión de disponer de la religión y la solidaridad en tanto que actos de intercambio. El valor de cambio que se calcula y se paga a cambio de una acción social

---

<sup>130</sup> Con esto no se remite a las actividades que sirven a la inspección y el mantenimiento —por ejemplo de máquinas—, sino a actividades como la enseñanza, la asistencia, el abastecimiento, etc.

<sup>131</sup> Por una parte, la compra de un libro no significa la identificación con las convicciones religiosas que pueden constituir su contenido: ésta presupone un acto propio. Por otra parte, para la investigación social, la compra de un determinado libro religioso constituye un indicio importante de que su contenido encuentra aprobación. Incluso si esta asunción no es indiscutible para los casos particulares, la observación de las grandes cifras y de su evolución cuenta con estas conexiones. Para la sociología de la religión, la evolución de las cifras de compra de libros religiosos constituye un indicio estadístico fundamental para la formulación de hipótesis.

no se paga por la acción social misma, sino por sus substitutos externos: al igual que en la economía clásica la duración temporal y el material usado eran substitutos del trabajo realizado, la energía social no puede ser medida de otro modo. Y cada uno es libre de elegir otros puntos de vista y de valorar actividades sociales y religiosas en contextos de uso no económicos.

Esta distinción entre la consideración económica de entidades sociales y religiosas y la realidad de éstas tiene dos implicaciones:

1. ¿Existe una perspectiva que se corresponda mejor con las cosas, las acciones y los seres humanos a los que no llega la perspectiva económica, que sólo les alcanza mediante sucedáneos? ¿Existe una jerarquía de los discursos? ¿O tienen todos los discursos los mismos derechos y puede elegirse uno y suprimirse otro a voluntad? La respuesta a la pregunta por el discurso más adecuado a las actividades humanas sería equivalente a la respuesta a la pregunta por el discurso más universal sobre la realidad. Pero ¿qué discurso puede ser más universal que el de la economía, que controla el medio de representación y comunicación más abstracto, el dinero? ¿Existe algo más universal que la universalidad que ha alcanzado una abstracción perfecta?

2. El desacoplamiento de la perspectiva económica respecto a la realidad de las cosas permite a la perspectiva económica separar una pequeña parte de la realidad —aquí se ha hablado de la duplicidad de acción social y convicción religiosa, en cuyas esferas había que explicitar las repercusiones de la economización— y situarla hipotéticamente como totalidad en el discurso económico.

Todo discurso que sitúe hipotéticamente una comprensión perspectivista de la realidad en lugar de la realidad misma, pone su perspectiva como algo absoluto. Al principio se trata de una medida metodológica. Pero es posible que el carácter metodológico de esta absolutización de una perspectiva caiga en el olvido. La perspectiva económica de la realidad está unida a la existencia de seres humanos que son conscientes de su particularidad y la recuerdan una y otra vez en público, al igual que recuerdan que la economía es una función al servicio del desarrollo de la vida de todos los hombres y no un fin en sí mismo<sup>132</sup>.

---

<sup>132</sup> Quien afirma que tal sistema económico es el más útil para los hombres, que —liberado de toda regulación y control— puede desarrollarse de modo natural y que, en consecuencia, todos los efectos perjudiciales del sistema para los seres humanos se deben a un exceso de regulación y a una falta de reconocimiento de la economía como algo dotado de una finalidad en sí misma, quien afirma esto ensalza un sucedáneo ideológico de la religión.

#### 4. DE VUELTA AL MÉTODO

¿Qué significan estas reflexiones sobre la teoría de la mercancía? Con ellas puede precisarse el método con el que Benjamin intenta desvelar la realidad social de la modernidad. Benjamin insiste en que se puede ver el ser-mercancía de las cosas. Al hacerlo, su enfoque metodológico se aferra a un concepto de realidad que se contrapone a la autopoiesis de la razón abstracta como real y como segunda naturaleza. Esta oposición a una razón sustancial puede clarificarse ante todo en el concepto de libertad. Los escritos de Benjamin no tematizan explícitamente la libertad. Pero cuanto más centra su atención en la realidad socio-histórica y cuanto más reconoce la necesidad de una praxis que se oponga al progreso y al avance de la humanidad hacia el abismo de la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto, tanto más centralidad cobra la fundamentación y la motivación de dicha praxis. Ante la catástrofe que se avecinaba, Benjamin no encontró otra posibilidad que esperar al mesías que irrumpiera en la historia inesperadamente y sin ser reconocido y que prestara ayuda al oprimido. De este modo se descubre una estructura básica de la razón práctica en la reflexión de los presupuestos de la moralidad y la ética. No poder esperar la liberación más que a través de la acción mesiánica presupone una postura idéntica a la de quien es consciente de la finitud de su propia capacidad para la libertad. Éste es consciente de que, si su libertad debe poder ser real y no sólo una fantasmagoría, no puede prescindir del reconocimiento por parte de la libertad del otro, para él no-disponible<sup>133</sup>.

La libertad se convierte en un concepto fundamental de la moralidad al comprender las condiciones de su universalidad con los medios de la razón y ser pensada como posibilidad, como pura capacidad independiente de todo condicionamiento, heteronomía e individualidad. Por ello *no* se trata de la autorealización de la razón pura. El error consiste en que, en tanto que abstracta, la razón no puede realizarse a sí misma, sino sólo pensarse. En tanto que pensada, ella misma es abstracta. El resultado de la razón abstracta, que no puede producir nada más que su abstracción, es abstracto. Esta abstracción de segundo grado es la conciencia de que la abstracción de primer grado sólo puede ser real si es un acto del sujeto de cuya individualidad y materialidad abstrae. De este modo, la razón abstracta remite

---

<sup>133</sup> Para la relación entre Benjamin y Kant, ver el lúcido análisis, muy rico en material, de Rudolf LANGTHALER, *Gottvermissen – Eine theologische Kritik der reinen Vernunft*, Regensburg: Pustet, 2000.

siempre al mismo sujeto del que abstrae: se sabe dependiente del contenido de su abstracción.

Aquello que puede ser objeto de experiencia no puede provenir de otro mundo o de una esfera más allá. Éstos no existen: tanto el mundo visible como el invisible son realidad creada y permanecen como tal hasta el fin de los días. Con esto se corresponde el que tanto la razón que se funda a sí misma como la mercancía producida mediante la abstracción son productos de la acción humana. El error de la percepción gnóstica de la realidad es perceptible en tres niveles:

1. Como realidad escenificada que prescinde de las cosas y de su dimensión material (lo cual se corresponde con la interpretación esteticista del carácter de mercancía). Quien ve las cosas realmente, ve también su estar-escenificadas;

2. Como destrucción de las cosas antes de que lleguen su fin natural, antes de que sean usadas (como se ha mostrado más arriba a propósito de los cambios de moda);

3. Como relación falsa con las cosas, como una relación contemplativa con la realidad natural que en la tradición judeocristiana ha sido criticada como superstición e idolatría.

Desde aquí puede entenderse el sentido de la indicación metodológica del poder ver el ser-mercancía de las mercancías. El comentador de la realidad ve el carácter escenificado de los productos de la escenificación, ve la desaparición de las cosas en los cambios de moda y mira a quienes se dejan cegar por la posibilidad de propiedad, contentándose con la contemplación de las mercancías en exposición. Lo que estos rasgos del capitalismo tienen en común es que las cosas están alienadas de su contexto de uso, de su conveniencia y de su validez moral. Las cosas no son buenas en sí, sino para los sujetos morales. Como el valor de cambio de los bienes producidos tiene poco o nada que ver con el esfuerzo y el trabajo que requiere su producción, estos bienes tampoco sirven ya a la reproducción de la vida humana. Se han separado de la libertad humana y de la preocupación del ser humano por sí mismo. Son una naturaleza abandonada a sí misma, sola, alienada del conjunto de la naturaleza —una naturaleza rota y fragmentada.

Se puede ver la falsa relación con la naturaleza: se puede describir el comportamiento de aquellos que abandonan la naturaleza a sí misma cuando la consideran sólo según su necesidad inmanente o cuando universalizan su devenir y su caducidad como hecho último de la existencia finita. La mera contemplación es la renuncia al cultivo, a la elaboración y al cuidado: es la negativa a solidarizarse con la

naturaleza caída que le niega también la esperanza. Lo mismo ocurre cuando los ámbitos funcionales de la razón instrumental son aislados de las múltiples posibilidades de interacción entre seres humanos, animales y cosas. Lo mismo ocurre cuando toda responsabilidad moral es eliminada del trabajo y este es declarado un suceso natural<sup>134</sup>. No poder más que contemplar las mercancías era el destino de los pobres. Ése es el reverso de la existencia de las cosas una vez extraídas de las relaciones de reproducción de la vida humana. Su anverso es la concepción del trabajo humano como un proceso mecánico y anónimo. Del mismo modo, la creatividad humana y la responsabilidad moral son reducidas en este proceso a lo que habría que denominar naturaleza enfática, que de ningún modo se agota en los objetos de las ciencias naturales.

La posibilidad de pensar otro concepto de naturaleza sin exaltar por ello la naturaleza de modo romántico depende sobre todo de si puede mantenerse abierta la cuestión de la duración temporal de la naturaleza: porque la tierra sólo puede ser habitable si los hombres establecen libremente relaciones solidarias. Si la existencia de la naturaleza no tiene fin, todo esfuerzo por convertir la tierra en lugar propicio para una humanidad solidaria sería inútil. Porque en un mundo de duración infinita, toda elección fruto de la libertad tendría un significado infinitamente menor para la configuración del mundo y la comunidad de los hombres.

*Traducción de José A. Zamora y Jordi Maiso*

---

<sup>134</sup> “Se dice que el método dialéctico consiste en hacer justicia en cada momento a la situación histórica concreta de su objeto. Pero eso no basta. Porque también consiste en hacer justicia a la situación histórica concreta del *interés* por su objeto” (V, 1026).